



3 1761 11726825 0



Digitized by the Internet Archive
in 2023 with funding from
University of Toronto

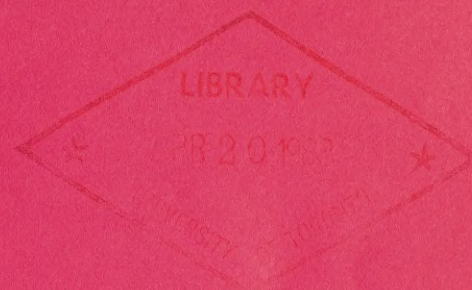
<https://archive.org/details/31761117268250>

Department store sales and stocks

January 1983

Ventes et stocks des grands magasins

Janvier 1983



Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Merchandising and Services Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V4. (Telephone: 996-9304) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's (772-4073)	Winnipeg (949-4020)
Halifax (426-5331)	Regina (359-5405)
Montréal (283-5725)	Edmonton (420-3027)
Ottawa (992-4734)	Vancouver (666-3691)
Toronto (966-6586)	

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	Zenith 0-7037
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
British Columbia (South and Central)	112-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by NorthwestTel Inc.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories (area served by NorthwestTel Inc.)	Zenith 2-2015

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales and Services, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V7.

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section de commerce détail,
Division du commerce et des services,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V4 (téléphone: 996-9304) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's (772-4073)	Winnipeg (949-4020)
Halifax (426-5331)	Regina (359-5405)
Montréal (283-5725)	Edmonton (420-3027)
Ottawa (992-4734)	Vancouver (666-3691)
Toronto (966-6586)	

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	Zénith 0-7037
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
Colombie-Britannique (sud et centrale)	112-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Zénith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Zénith 2-2015

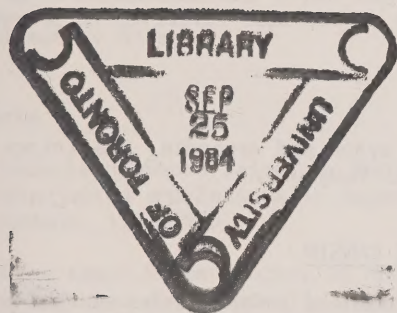
Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes et de la distribution des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V7.

Statistics Canada
Merchandising and Services Division
Retail Trade Section

Department store sales and stocks

January 1983



Published under the authority of
the Minister of Supply and
Services Canada

Statistics Canada should be credited when
reproducing or quoting any part of this document

© Minister of Supply
and Services Canada 1983

April 1983
5-3406-503

Price: Canada, \$3.15, \$31.50 a year
Other Countries, \$3.80, \$37.80 a year

Catalogue 63-002, Vol. 48, No. 1

ISSN 0380-7045

Ottawa

Statistique Canada
Division du commerce et des services
Section du commerce de détail

Ventes et stocks des grands magasins

Janvier 1983

Publication autorisée par
le ministre des Approvisionnements et
Services Canada

Reproduction ou citation autorisée sous réserve
d'indication de la source: Statistique Canada

© Ministre des Approvisionnements
et Services Canada 1983

Avril 1983
5-3406-503

Prix: Canada, \$3.15, \$31.50 par année
Autres pays, \$3.80, \$37.80 par année

Catalogue 63-002, vol. 48, n° 1

ISSN 0380-7045

Ottawa

SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

.. figures not available.

... figures not appropriate or not applicable.

- nil or, in this publication less than half unit expressed.

-- amount too small to be expressed.

P preliminary figures.

r revised figures.

x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the CANSIM staff, Current Economic Analysis Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-995-7406), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

SIGNES CONVENTIONNELS

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

.. nombres indisponibles.

... n'ayant pas lieu de figurer.

- néant ou, dans la présente publication, inférieur à la moitié de l'unité exprimée.

-- nombres infimes.

P nombres provisoires.

r nombres rectifiés.

x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrice n° 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM, Division de l'analyse de conjoncture, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-995-7406), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

TABLE OF CONTENTS

	Page
Introduction	vii
Definitions	viii
Methodology	ix
Data Reliability	x
Non-sampling Errors	x
Non-sampling Error Measures	xi
Seasonal Adjustment	xiii
Constant Dollar Estimates	xiv
Data Confidentiality	xiv
Explanatory Notes	xvi

Charts

1. Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983	xviii
2. Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983	xviii
3. Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1981-1983	xix
4. Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1981-1983	xx
5. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1981-1983	xx
6. Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization	xxi

Highlights	xxiii
-------------------	-------

Table

1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983	2
---	---

TABLE DES MATIÈRES

	Page
Introduction	vii
Définitions	viii
Méthodologie	ix
Fiabilité des données	x
Erreurs non liées à l'échantillonnage	x
Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage	xi
Désaisonnalisation	xiii
Estimations en dollars constants	xiv
Confidentialité des données	xiv
Notes explicatives	xvi

Graphiques

1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1981-1983	xviii
2. Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1981-1983	xviii
3. Ventes des grands magasins et commerce de détail Total, par mois, Canada, 1981-1983	xix
4. Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1981-1983	xx
5. Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983	xx
6. Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisation	xxi

Points saillants	xxiii
-------------------------	-------

Tableau

1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	2
---	---

TABLE OF CONTENTS - Continued

Table	Page
2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983	4
3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983	6
4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	6
5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983	8
6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	8
7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983	10
8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	10
9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983	12
10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	12
11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983	14
12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	14
13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983	16
14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	16
15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983	18
16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983	19

TABLES DES MATIÈRES - suite

Tableau	Page
2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1982 et 1983	4
3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1982 et 1983	6
4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	6
5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983	8
6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	8
7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983	10
8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	10
9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1982 et 1983	12
10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	12
11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983	14
12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	14
13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983	16
14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	16
15. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	18
16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1982 et 1983	19

TABLE OF CONTENTS - Continued

TABLES DES MATIÈRES - suite

Table	Page	Tableau	Page
17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	19	17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	19
18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983	20	18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983	20
19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	20	19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	20
20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983	21	20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983	21
21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	21	21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	21
22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1981-1983	22	22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1981-1983	22
23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981-1983	23	23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1981-1983	23
24. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, 1982 and 1983	24	24. Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	24
25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983	26	25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1982 et 1983	26
26. Department Store Monthly Stock-Sales Ratios, by Department, Canada, 1982 and 1983	28	26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	28
27. Department Store Monthly Sales-Stock Ratios, by Department, 1982 and 1983	30	27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	30
28. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted, Canada, 1981-1983	32	28. Montants à recevoir, non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983	32
29. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983	32	29. Montants à recevoir, désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983	32
30. Department Store Sales, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1982 and 1983	34	30. Ventes des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1982 et 1983	34
31. Department Store Stocks, MCD and Seasonal Factors, 1982 and 1983	36	31. Stocks des grands magasins, MDC et coefficients de corrections des variations saisonnières, 1982 et 1983	36

TABLE OF CONTENTS - Concluded

	Page
List of Department Store Organizations	38
Selected Publications	39
Department Store Commodity Reference List	42

TABLES DES MATIÈRES - fin

	Page
Liste des organisations de grands magasins	38
Choix de publications	39
Répertoire des marchandises des grands ma- gasins	42

INTRODUCTION

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services. A "List of Department Store Organizations" can be found at the end of this publication.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Merchandising and Services Division, to be utilized. (The census also measures the activities of "establishments", however, this concept is not used in the monthly survey of department stores.) Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. For example, non-department store locations are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure with the catalogue sales activity of department store organizations classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its leased departments, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as **one** structure, rather than as a number of smaller stores.

INTRODUCTION

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971. La "Liste des organisations de grands magasins" est donnée à la fin de cette publication.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division du commerce et des services. (Le recensement mesure également les activités des "établissements", toutefois cette unité d'observation n'est pas utilisée dans l'enquête mensuelle sur les grands magasins.) En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les firmes déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les rayons de concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement **unique** et non comme un regroupement de petits magasins.

Definitions

Retail Location

A retail location, as defined by Statistics Canada, is a business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public for household or personal consumption.

Department Store

A retail location is defined as a department store outlet if it possesses the following characteristics. It must sell the following general lines of merchandise:

Family clothing and apparel. This commodity group is composed of some or all of the following lines: women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms; women's and misses' coats and suits; women's and misses' sportswear; furs; infants' and children's wear; girls' and teenage wear; lingerie and women's sleepwear; intimate apparel; millinery; women's and girls' hosiery; women's and girls' gloves, mitts and accessories; women's, misses' and children's footwear; men's clothing; men's furnishings; boys' clothing and furnishings; men's and boys' footwear. **Note:** The outlet must sell at least six of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being men's and boys' clothing or furnishings. At least 20% of the outlet's total sales must be derived from the family clothing and apparel group.

Furniture, appliance and home furnishings. This commodity group is composed of some or all of the following lines: linens and domestics; china and glassware; home furnishings; furniture, wooden and upholstered goods for living room, dining room and bedroom; major appliances; television, radio and music; hardware and housewares. **Note:** The outlet must sell at least four of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being furniture (wooden and upholstered goods for dining room and/or living room and/or bedroom). At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the furniture, appliance and home furnishings group.

All other (miscellaneous). This category includes all commodities sold by the outlet but not shown above, such as: toiletries, cosmetics and drugs; photographic equipment and supplies; piece goods; notions and smallwares; jewellery; sporting goods and luggage; stationery, books and magazines; and food. **Note:** The outlet must sell at

Définitions

Point de vente au détail

Suivant la définition de Statistique Canada, un point de vente au détail est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et des services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle.

Grand magasin

Un point de vente au détail est un grand magasin s'il possède les caractéristiques suivantes:

Vêtements pour la famille. Ce groupe comprend les articles suivants: robes pour dames et jeunes filles, robes de ménage, tabliers et uniformes; manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles; vêtements de sport pour dames et jeunes filles; fourrures; vêtements de bébés et d'enfants; vêtements de fillettes et d'adolescentes; lingerie et vêtements de nuit pour dames; sous-vêtements; chapeaux; bas pour dames et fillettes; gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes; chaussures pour dames, jeunes filles et enfants; vêtements pour hommes; articles d'habillement pour hommes; vêtements et articles d'habillement pour garçons; chaussures pour hommes et garçons. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins six des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être les vêtements ou articles d'habillement pour hommes et garçons. Au moins 20% des ventes globales du magasin doivent se faire dans le groupe de vêtements pour la famille.

Meubles, appareils et articles d'ameublement ménager. Ce groupe comprend les articles suivants: literie et linge de maison; porcelaine et verrerie; articles d'ameublement ménager; meubles, de bois ou rembourrés, pour salle de séjour, salle à manger ou chambre à coucher; gros appareils, télévision, radio et musique; quincaillerie et articles de ménage. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins quatre des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être des meubles (de bois ou rembourrés pour salle à manger et (ou) salle de séjour et (ou) chambre à coucher). Au moins 10 % des ventes globales du magasin doivent provenir du groupe des meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.

Tous autres articles (divers). Cette catégorie comprend toutes les marchandises que tient le magasin, mais qui ne figurent pas ci-dessus, telles que: articles de toilette, cosmétiques et médicaments; appareils et fournitures photographiques; tissus à la pièce; mercerie et menus articles; bijouterie; articles de sport et valises; papeterie, livres et revues; et aliments.

least **three** different commodity lines with not one of these lines representing more than 50% of the **total** store sales. At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the all other or miscellaneous groups.

Total net sales and receipts are defined as the total sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, restaurant and other services, less returns, adjustments and discounts. Trade-in allowances are not deducted. Commissions earned from the sales of goods owned by others and proprietors' withdrawals of goods (at retail) for personal use are included. Non-trading revenues, bad debts recovered and direct sales taxes are excluded.

Stocks are defined as the selling value of inventory on hand at the end of the month or as at the end of the fiscal period falling nearest the end of the calendar month.

Accounts receivable are defined as customers' accounts and notes receivable as at the end of the month, as well as all new credit granted during the month, less payments received. Accounts discounted with banks, paper sold to sales finance companies, or amounts owing on account of credit-card plans, are excluded. Accounts receivable used as security for bank loans are not considered as discounted if still payable and are therefore included.

Junior Department Stores are defined as retailing entities which sell the same wide range of goods (see department store definition) that are sold in the more traditional (major) department stores and are popularly described as discount operations.

Methodology

The **monthly sales values**, published at the Canada, provincial and metropolitan area levels, are based on the universe of department store organizations. A 100% response rate is aimed for each month with the publication usually delayed if large department store organizations have not responded in time. The monthly sales figures are estimated when necessary, due only to late response, by applying an imputation method which is unique to each organization.

The **monthly sales values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdown of sales. The percentage

Nota: Le magasin doit tenir au moins **trois** des séries mentionnées ci-dessus, dont aucune ne doit représenter plus de 50% des ventes **globales** du magasin. Au moins 10% des ventes globales du magasin doivent provenir des groupes tous autres articles ou divers.

Les **ventes et recettes nettes totales** sont définies comme le total des ventes de marchandises neuves et usagées et des recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres services, moins les rendus, les rajustements et les remises. La valeur des reprises n'est pas déduite. Les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel sont comptées. Les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente directes sont exclus.

Les **stocks** englobent la valeur marchande des stocks détenus à la fin du mois ou de la période financière la plus rapprochée.

Par **comptes à recevoir** on entend les comptes et billets à recevoir des clients à la fin du mois, ainsi que de tout nouveau crédit consenti au cours du mois, moins les paiements reçus. Les comptes escomptés à la banque, les titres vendus à des sociétés de financement des ventes et les montants dus en vertu d'un régime de cartes de crédit ne sont pas comptés. Les comptes à recevoir servant à garantir un emprunt bancaire ne sont pas considérés comme étant escomptés s'ils sont encore payables; ils sont donc inclus.

Les **grands magasins populaires** sont définis comme étant des points de ventes au détail qui offre la même vaste gamme d'articles (voir la définition d'un grand magasin) que les grands magasins traditionnels et qui sont généralement considérés comme des magasins à prix réduits.

Méthodologie

Le **chiffre des ventes mensuelles**, publié pour le Canada, les provinces et les régions métropolitaines, est établi en fonction de l'univers des sociétés de grands magasins. Puisque l'on vise chaque mois un taux de réponse de 100%, la publication est habituellement retardée si une grande firme n'a pas fait parvenir sa déclaration dans les délais prévus. Dans le cas d'une réponse tardive, il est possible de calculer un chiffre estimatif des ventes mensuelles grâce à une méthode d'imputation qui est unique à chaque firme.

Le **chiffre des ventes mensuelles par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes. La répartition en pourcentage des ventes

distributions of sales by department, calculated from the reporting organizations, are applied to the monthly Canada sales total in order to provide an estimate of sales by department at the Canada level.

The monthly stock values by department, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdowns of sales and stocks. A stock-to-sales ratio for each department, calculated from the reporting organizations, is applied to the corresponding department's monthly sales estimate in order to provide an estimate of stocks by department at the Canada level.

The monthly accounts receivable values, published at the Canada level, are based on a panel of department store organizations which are known to have accounts receivable. Data for late respondents are estimated by applying the monthly percentage change in accounts receivable, calculated from the reporting organizations, to the previous month's data of each organization that was late in reporting.

Data Reliability

Non-sampling Errors

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the organizations listed at the end of this publication. The survey can be considered as a complete census of the population under consideration and therefore not subject to sampling errors; however, even under a census situation, with a complete enumeration each month of all known department store locations, errors in published data can occur. These errors, called non-sampling errors, are present whether a sample or a complete census of the population is taken and can be attributed to one or more of the following sources:

Coverage error. This error can result from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

Data response error. This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses under different modes of communication.

par rayon obtenues auprès des firmes déclarantes est appliquée au chiffre mensuel des ventes totales pour le pays afin d'établir une estimation des ventes par rayon pour l'ensemble du Canada.

Le chiffre des stocks mensuels par rayon publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes et des stocks. Pour chaque rayon, le rapport des ventes aux stocks (calculé à partir des déclarations des firmes) est appliqué à l'estimation des ventes mensuelles afin de produire une estimation des stocks pour le Canada.

Le chiffre des comptes à recevoir mensuel pour l'ensemble du pays provient des sociétés de grands magasins qui ont de tels comptes. Les données relatives aux enquêtes retardataires sont estimées comme suit: on calcule d'abord la variation en pourcentage des comptes à recevoir des firmes déclarantes, puis on la fait porter sur les chiffres du mois précédent de la firme retardataire.

Fiabilité des données

Erreurs non liées à l'échantillonnage

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins énumérées à la fin de cette publication. Étant donné qu'elle peut être considérée comme un recensement exhaustif de la population observée, elle ne risque pas de comporter des erreurs d'échantillonnage. Par contre, même les données publiées d'un recensement qui dénombre intégralement à chaque mois l'ensemble des points de vente connus des grands magasins peuvent être entachées d'erreurs. Celles-ci, dites non liées à l'échantillonnage, se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

Le champ couvert par l'enquête. L'erreur résulte d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

La réponse. Ici, l'erreur peut être attribuable à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou aux variations, d'un interviewer à l'autre dans le mode de communication retenu, lorsqu'il s'agit d'expliquer des questions et l'interpréter des réponses.

Non-response error. Some respondents may refuse to answer questions, some are unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally increases with increases in the non-response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

Processing error. These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc.

Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control so that their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates of this publication all attempts have been made to minimize the non-sampling errors: department store locations have been defined in a most precise manner; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations; detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; and every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response burden.

Non-sampling Error Measures

One source of non-sampling error is the non-response error. Text Table I assists users in evaluating this error. Two response measures are derived, namely, the **response rate**, which is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication and the **response fraction**, which is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data.

The units used in the Department Store Sales and Stocks Survey for derivation of the response rate is based on (1) the survey unit - the 10 provinces, the two territories and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations and (2) the organizational unit - the department store firm (company) themselves. For example, a department store firm reporting for 20 stores in Ontario would be considered as one survey

La non-réponse. Certains enquêtés refusent de répondre, tandis que d'autres en sont incapables et encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur les non-répondants, lorsque celles-ci existent. On ne connaît généralement pas l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure qu'augmente le taux de non-réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

Le traitement. L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération et la totalisation.

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. En outre, il faut les cerner de sorte qu'elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. En ce qui concerne les estimations du présent bulletin, tout a été mis en oeuvre afin de minimiser ce genre d'erreurs. Ainsi, les points de vente des grands magasins ont été définis avec beaucoup de précision; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum le nombre d'interprétations éventuelles; les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; enfin, on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage

Parmi les erreurs non liées à l'échantillonnage, on retrouve l'erreur de non-réponse. Le tableau explicatif I donne des mesures de la réponse qui aideront l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. Le **taux de réponse** représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication. La **fraction de réponse**, par contre, est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés.

Les unités utilisées pour calculer le taux de réponse de l'enquête sur les ventes et les stocks des grands magasins est fondée sur (1) les unités d'enquête - soit les 10 provinces, les deux territoires et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente et (2) les unités organisationnelles - les sociétés des grands magasins elles-mêmes. Par exemple, une société de grands magasins qui produit une déclaration pour 20 magasins en Ontario est considérée comme une unité d'en-

unit and one organizational unit while a firm reporting for five stores in Vancouver, 10 in British Columbia (excluding Vancouver) and two in Yukon would be considered as three survey units but only one organizational unit.

The data variables under consideration for derivation of the **response fraction** are sales, stocks and accounts receivable.

Text Table I gives the reliability of the survey data with respect to the non-response error. The response rate is given as the percentage of survey units and the corresponding organizational units which have responded in time for inclusion in this publication. The response fraction is given as the percentage of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores. For example, a cell of 20 organizational units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25% in terms of these units. If the five units represented \$8 million out of a published estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%. In cases such as these, the response rate alone would tend to underestimate the reliability of the estimate and both measures should be considered.

quête et une unité organisationnelle alors qu'une firme dont la déclaration porte sur cinq magasins à Vancouver, 10 en Colombie-Britannique (sauf Vancouver) et deux au Yukon représente trois unités d'enquête mais seulement une unité organisationnelle.

Les variables dont il faut tenir compte pour calculer la **fraction de réponse** sont les ventes, les stocks et les comptes à recevoir.

Le tableau explicatif I donne la fiabilité des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse. Le taux de réponse représente le pourcentage des unités d'enquête et des unités organisationnelles correspondantes qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans le présent bulletin. Par contre, la fraction de réponse constitue le pourcentage des données publiées qui sont fondées sur des renseignements effectivement déclarés par les grands magasins. Par exemple, le taux de réponse d'une cellule comportant 20 unités organisationnelles dont cinq répondent lors d'un mois donné atteindrait 25%. Cependant, si les cinq unités représentent \$8 millions sur l'estimation publiée de \$10 millions, la fraction de réponse s'élèverait à 80%. Comme le taux de réponse aurait, à lui seul, tendance à déprécier la fiabilité de l'estimation dans un tel cas, il faudrait tenir compte des deux unités de mesure.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1983
January

TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1983
Janvier

	Response rate		Response fraction
	Taux de réponse		Fraction de réponse
	Survey units	Organizational units	
	Unités d'enquête	Unités organisationnelles	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	97.3	87.5	99.7
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	54.2	87.7
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	37.5	64.4
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	87.5	99.8

Seasonal Adjustment

Time series contain the elements essential to the description, explanation and forecasting of the behaviour of an economic phenomenon: "They are statistical records of the evolution of economic processes through time."(1) In using time series to observe economic activity, economists and statisticians have identified four characteristic behavioural components: the long-term movement or trend, the cycle, the seasonal (variations) and the irregular (fluctuations). These movements are caused by various economic, natural or institutional factors. The seasonal variations occur periodically on a more or less regular basis over the course of the year as a result of seasonal changes in weather, statutory holidays and other events which occur at fairly regular intervals and thus have a major impact on the rate of economic activity.

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X-11-ARIMA seasonal adjustment method(2) to seasonally adjust its time series. This method minimizes the impact of seasonal variations on the series and essentially consists of adding one year of raw data onto each end of the original series before it is seasonally adjusted per se. The estimated data are derived from forecasts and backcasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

The X-11 part of the X-11-ARIMA program uses primarily the ratio-to-moving average method to smooth the modified series and obtain a preliminary estimate of the trend-cycle, to calculate the ratios of the original series (fitted) to the estimates of the trend-cycle and to estimate the seasonal factors from these ratios. The final seasonal factors are produced only after these operations have been repeated several times.(3)

While seasonal adjustment permits a better understanding of the underlying trend-cycle of a series, the seasonally-adjusted series still contains an irregular component. Slight month-to-month variations in the seasonally adjusted series may be

Désaisonnalisation

Les séries temporelles ou chronologiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. "Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps"(1). L'observation par les économistes et les statisticiens de l'activité économique à l'aide des séries temporelles a donc permis de distinguer quatre composantes principales du comportement des séries temporelles: la tendance à long terme ou trend, le mouvement cyclique, les variations saisonnières et les fluctuations irrégulières ou accidentelles. Ces mouvements sont causés par différents facteurs, soit économiques, naturels ou institutionnels. Les variations saisonnières sont les fluctuations périodiques plus ou moins régulières qui se produisent au cours d'une année en raison du cycle météorologique normal, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles avec une certaine régularité pour influencer de façon significative le taux d'activité.

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et de produire une meilleure prédiction, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI(2) afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. Cette technique consiste essentiellement à ajouter une année de données brutes à chacune des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolations prospectives et retrospectives réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressifs à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

La partie X-11 du programme X-11-ARMMI fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série modifiée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, pour calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle et pour estimer les facteurs saisonniers à partir de ces dits rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises(3).

Bien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent n'être que de

(1) "A Note on the Seasonal Adjustment of Economic Time Series," **Canada Statistical Review**, August 1974.

(2) For further information see the **X-11-ARIMA Seasonal Adjustment Method**, by Estella Bee Dagum, Statistics Canada, Catalogue 12-564E, Occasional.

(3) See next page.

(1) La désaisonnalisation des séries temporelles économiques: quelques remarques; tiré à part de la **Revue statistique du Canada**, Août 1974.

(2) Pour plus ample information voir **La méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI**, par Estella Bee Dagum, Statistique Canada, no. 12-564F au catalogue, hors série.

(3) Voir page suivante.

simple irregular movements; to get a better idea of the underlying trend, then, users must examine several months of seasonally adjusted series.

To assist the user, the Months of Cyclical Dominance number, MCD, is provided.(3) The MCD is the shortest monthly span for which a certain ratio becomes and remains less than one, that is, the ratio for which the absolute average percentage change of the trend-cycle of the seasonally adjusted series becomes greater than the absolute average percent change of the irregular component. The MCD can be interpreted as the number of months over which a change in the seasonally adjusted series must move in a given direction before one can be reasonably certain that the trend-cycle of that series also has moved in the given direction. Clearly small MCD's are desirable and indicative of a smooth series. Applying a moving average to the seasonally adjusted data of MCD length tends to smooth irregular movements which may obscure the underlying trend-cycle. The MCD moving average provides a method of reducing all types of series to approximately the same degree of smoothness whatever the size of the irregular component in the original series.

Constant Dollar Estimates

To obtain constant dollar estimates of total department store sales (Text Table II), estimates of sales by department group are deflated using department group implicit price indices supplied by the Industry Product Division of Statistics Canada. These deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars. The published price index is an implicit index calculated by dividing the total current dollar sales estimate by the total constant dollar sales estimate.

Data Confidentiality

Statistics Canada is prohibited by law from publishing any statistics which would divulge information relating to any identifiable business without the previous consent in writing of that business(4). The disclosure of data likely to reveal specific information on the activity of a particular company is therefore systematically and rigorously controlled and regulated to

simples mouvements irréguliers; pour avoir une meilleure idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

À cette fin, on retient l'usage des mois à dominance cyclique, ou MDC.(3) Il s'agit du plus petit nombre de mois pour lesquels un certain rapport devient et reste inférieur à l'unité; autrement dit, il s'agit de la période pendant laquelle le taux de variation moyen absolu de la tendance-cycle de la série désaisonnalisée est supérieur à celui de la composante irrégulière. Le MDC peut être considéré comme le nombre de mois que doit durer une variation de la série désaisonnalisée dans une direction donnée avant qu'on puisse être raisonnablement certain que la tendance-cycle de la série évolue dans la même direction. Ainsi, un MDC peu élevé est souhaitable puisqu'il indique la présence d'une série lisse. L'application d'une moyenne mobile aux données désaisonnalisées de période égale au MDC tend à lisser les mouvements irréguliers pouvant dissimuler la tendance-cycle fondamentale. La méthode de la moyenne mobile du MDC permet de réduire tous les genres de série à peu près au même niveau de lissage, quelle que soit la taille de la composante irrégulière dans la série initiale.

Estimations en dollars constants

Afin d'obtenir la valeur estimative de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants (tableau explicatif II), les estimations des ventes relatives aux principaux groupes de départements sont dégonflées au moyen des indices implicites de prix appropriés fournis par la Division du produit industriel de Statistique Canada. Les estimations de ces groupes de rayons ainsi dégonflées sont par la suite totalisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants. L'indice des prix qui est publié est un indice implicite obtenu en divisant le chiffre estimatif des ventes totales en dollars courants par l'estimation correspondante en dollars constants.

Confidentialité des données

La loi interdit à Statistique Canada de diffuser au grand public des données qui pourraient servir à identifier une entreprise ou certaines de ses caractéristiques, sans avoir obtenu au préalable l'autorisation écrite de cette dernière(4). Ainsi, le dévoilement de données susceptibles de révéler des renseignements précis sur l'activité d'une entreprise particulière est systématiquement contrôlé suivant des dispositions

(3) See Tables 30 and 31.

(4) See Section 16 of the Statistics Act (Chapter 15), entitled "Secrecy".

(3) Voir les tableaux 30 et 31.

(4) Voir l'article 16, intitulée Secret, du chapitre 15 de la Loi sur la statistique.

TEXT TABLE II. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1981-1983

TABLEAU EXPLICATIF II. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1981-1983

Period	Price index	Current dollars unadjusted	Year/year per cent change	Constant 1971 dollars unadjusted	Year/year per cent change
Période	Indice des prix	Dollars courants non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1971 non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année
		'000	%	'000	%
1981:					
January - Janvier	185.2	643,821	+ 14.5	347,636	+ 4.0
February - Février	189.3	568,767	+ 9.1	300,458	- 0.7
March - Mars	190.0	688,718	+ 11.3	362,483	+ 2.0
April - Avril	192.1	793,595	+ 16.0	413,116	+ 6.4
May - Mai	193.5	822,881	+ 7.1	425,261	- 1.0
June - Juin	193.3	835,934	+ 20.8	432,454	+ 12.0
July - Juillet	193.2	757,743	+ 6.8	392,207	- 1.5
August - Août	195.2	786,492	+ 7.5	402,915	- 0.9
September - Septembre	195.7	848,390	+ 5.3	433,516	- 2.6
October - Octobre	198.1	892,549	+ 8.3	450,555	- 0.6
November - Novembre	199.0	1,036,498	+ 4.6	520,853	- 3.1
December - Décembre	198.1	1,542,685	+ 5.8	778,741	- 1.7
Year - Année	194.3	10,218,073	+ 9.1	5,260,195	+ 0.6
1982:					
January - Janvier	198.6	600,079	- 6.8	302,155	- 13.1
February - Février	204.8	577,906	+ 1.6	282,181	- 6.1
March - Mars	204.1	694,447	+ 0.8	340,248	- 6.1
April - Avril	206.4	791,728	- 0.2	383,589	- 7.1
May - Mai	208.5	811,119	- 1.4	389,025	- 8.5
June - Juin	207.4	790,742	- 5.4	381,264	- 11.8
July - Juillet	205.7	763,975	+ 0.8	371,402	- 5.3
August - Août	206.8	775,460	- 1.4	374,981	- 6.9
September - Septembre	205.2	859,926	+ 1.4	419,035	- 3.3
October - Octobre	208.0	859,089	- 3.7	413,020	- 8.3
November - Novembre	208.8	1,073,558	+ 3.6	514,156	- 1.3
December - Décembre	208.4	1,608,323	+ 4.3	771,748	- 0.9
Year - Année	206.5	10,206,352	- 0.1	4,942,804	- 6.0
1983:					
January - Janvier	206.6	623,426	+ 3.9	301,755	- 0.1
February - Février					
March - Mars					
April - Avril					
May - Mai					
June - Juin					
July - Juillet					
August - Août					
September - Septembre					
October - Octobre					
November - Novembre					
December - Décembre					
Year - Année					

prevent the publication or disclosure of any information deemed confidential. The rules regarding the confidentiality of parts of the results of merchandising surveys are therefore applied in such a way that no data are shown for cells (or statistical units) composed of fewer than three companies or of three or more if these are dominated by one or two companies. Then, in the publication itself, the information is withheld on this designated cell by entering an "X" in the appropriate boxes.

Another way of preserving data confidentiality without having to enter an "X" is to combine (consolidate) the information from selected regions (or selected cells) for the same item. The data in question can then simply be aggregated and published in a less detailed, but still confidential, form. For example, in many cases the data for the Northwest Territories and the Yukon are included with the British Columbia data.

The rigorous application of these rules preserves the confidentiality of the information and ultimately has little effect on the dissemination of merchandising survey results.

Explanatory Notes

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios(5) are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stocks ratios(6) are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the January issue of this publication.

(5) See Table 26.

(6) See Table 27.

strictes de telle sorte qu'aucun renseignement jugé secret ne soit publié ou divulgué. L'application des règles sur le caractère secret d'une partie des résultats des enquêtes sur le commerce s'établit donc de manière à ce qu'aucune donnée ne soit révélée pour des cellules (ou unités statistiques) composées de moins de trois compagnies, ou encore de trois ou plus lorsque celles-ci sont dominées par une ou deux compagnies. Par la suite l'information concernant ces cellules est dissimulée en inscrivant un X aux différents postes visés dans la publication.

Une autre façon de préserver le caractère confidentiel de l'information sans pour autant avoir à mettre des "X", consiste à grouper (consolider) pour certaines régions (ou certaines cellules) l'information d'un même poste. Il suffit alors d'agréger les données visées et de les présenter sous une forme moins détaillée mais qui respecte la consigne de confidentialité. Par exemple dans bien des cas, les données relatives aux Territoires du Nord-Ouest et du Yukon sont incluses avec celles de la Colombie-Britannique.

Ainsi, par l'application rigoureuse de ces règles, le caractère privé de l'information est préservé et n'affecte que très marginalement en fin de compte la diffusion des résultats des enquêtes sur le commerce.

Notes explicatives

Les variations des ventes en pourcentage donnée dans la présente publication est fondée sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elle tient compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elle ne se limite pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient les ratios stocks-ventes(5) en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient les ratios ventes-stocks(6) en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement.

La liste de référence des marchandises, qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de janvier.

(5) Voir tableau 26.

(6) Voir tableau 27.

Revisions to department store sales and stocks are published yearly in the March issue of this publication. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The number of shopping days that this publication is based on varies from month to month. See Text Table III for the number of shopping days the current publication is based on.

Les chiffres révisés des ventes et des stocks des grands magasins sont publiés chaque année dans le numéro de mars du présent bulletin. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Le tableau explicatif III donne le nombre de jours pour la période la plus récente.

TEXT TABLE III. Number of Shopping Days, by Month, 1982 and 1983

TABLEAU EXPLICATIF III. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1982 et 1983

	1983		1982	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	25	4	25	5
February - Février	24	4	24	4
March - Mars	27	4	27	4
April - Avril	25	5	25	4
May - Mai	25	4	26	5
June - Juin	26	4	26	4
July - Juillet	25	5	26	5
August - Août	26	4	26	4
September - Septembre	25	4	25	4
October - Octobre	25	5	25	5
November - Novembre	26	4	26	4
December - Décembre	26	5	26	3

Chart — 1

Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981 – 1983

Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1981 – 1983

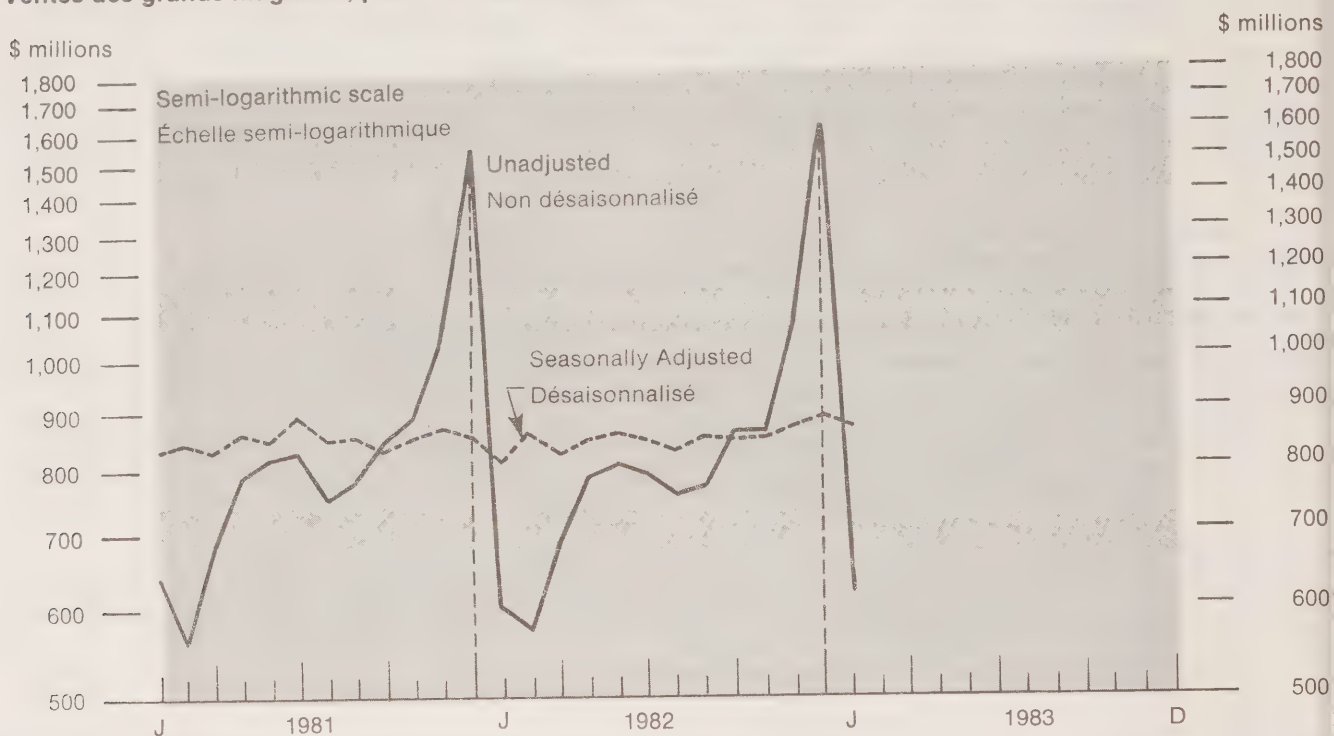


Chart — 2

Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981 – 1983

Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1981 – 1983

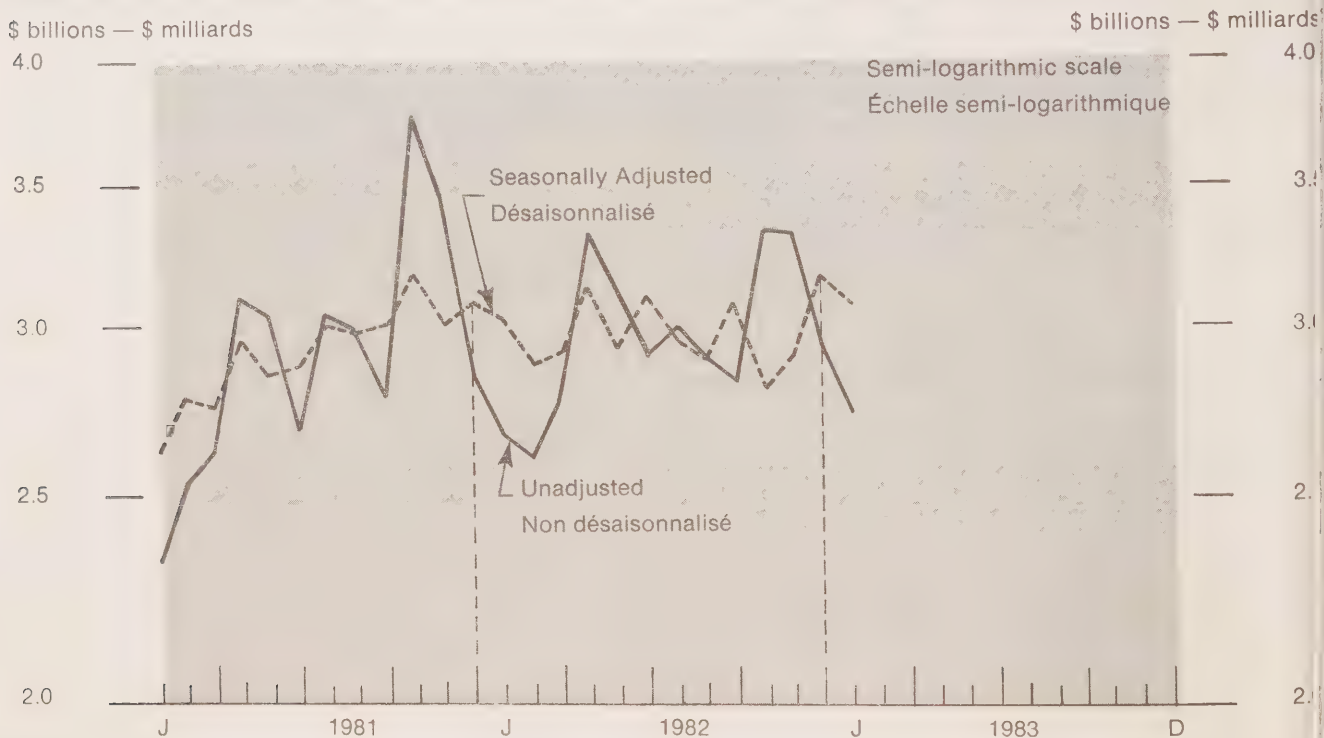


Chart — 3

Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1981 – 1983

Graphique — 3

Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1981 – 1983

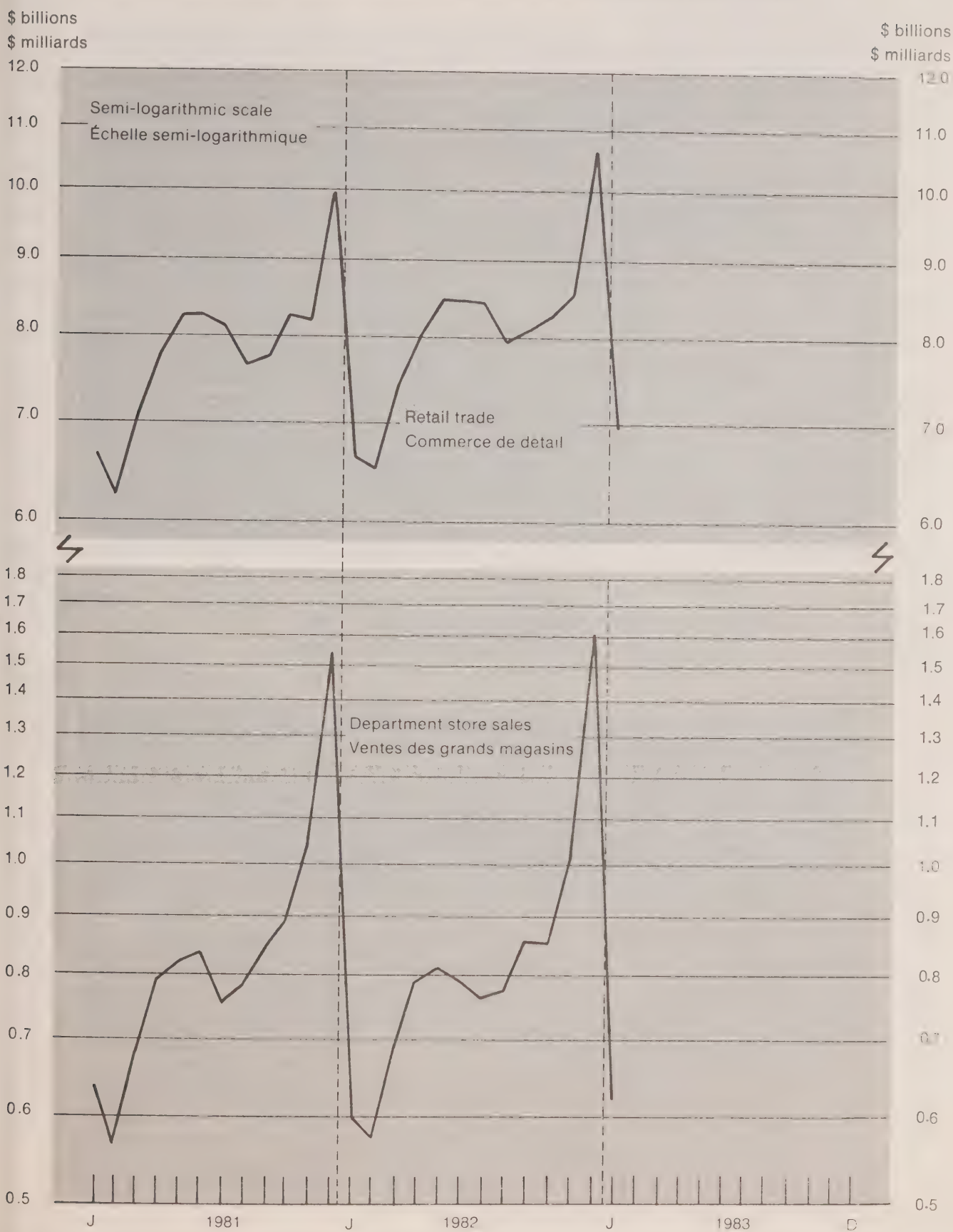


Chart — 4

Graphique — 4

Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1981 – 1983

Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1981 – 1983

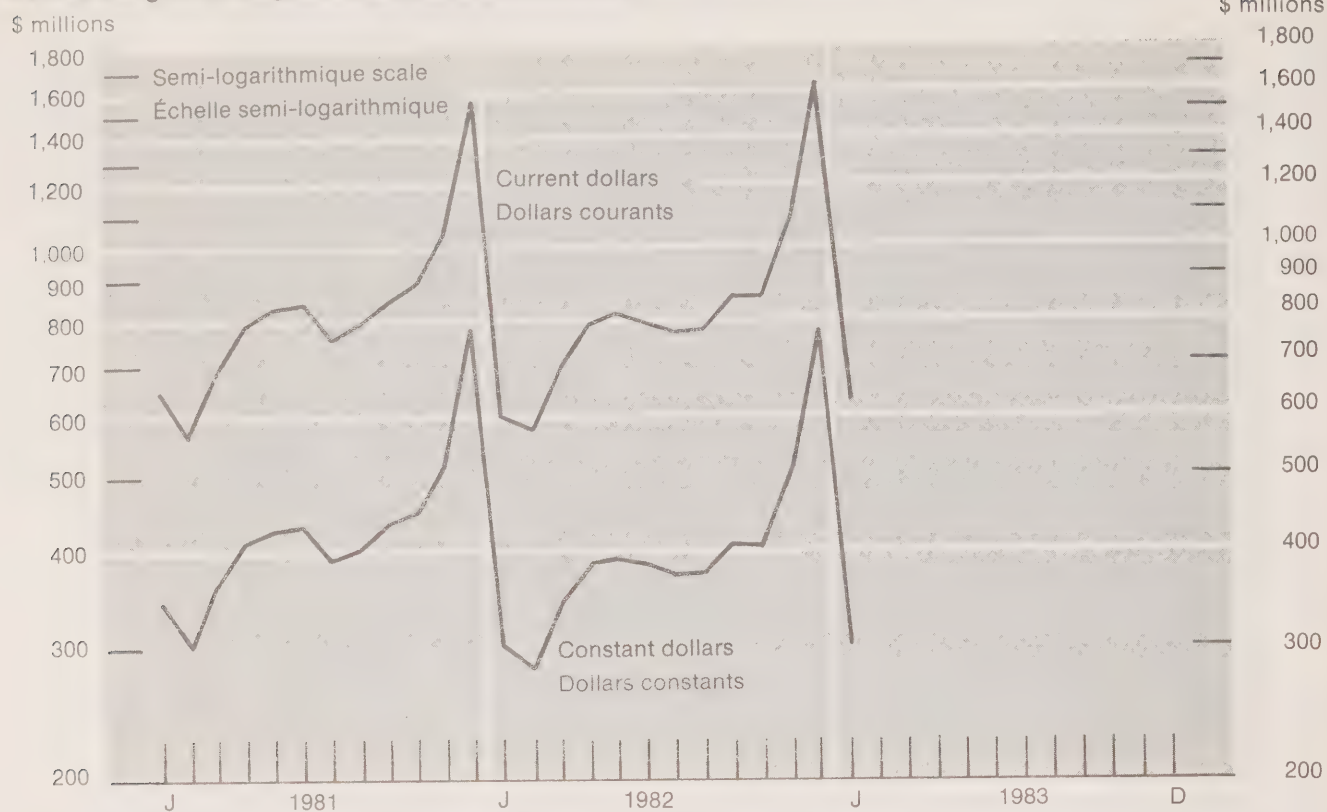
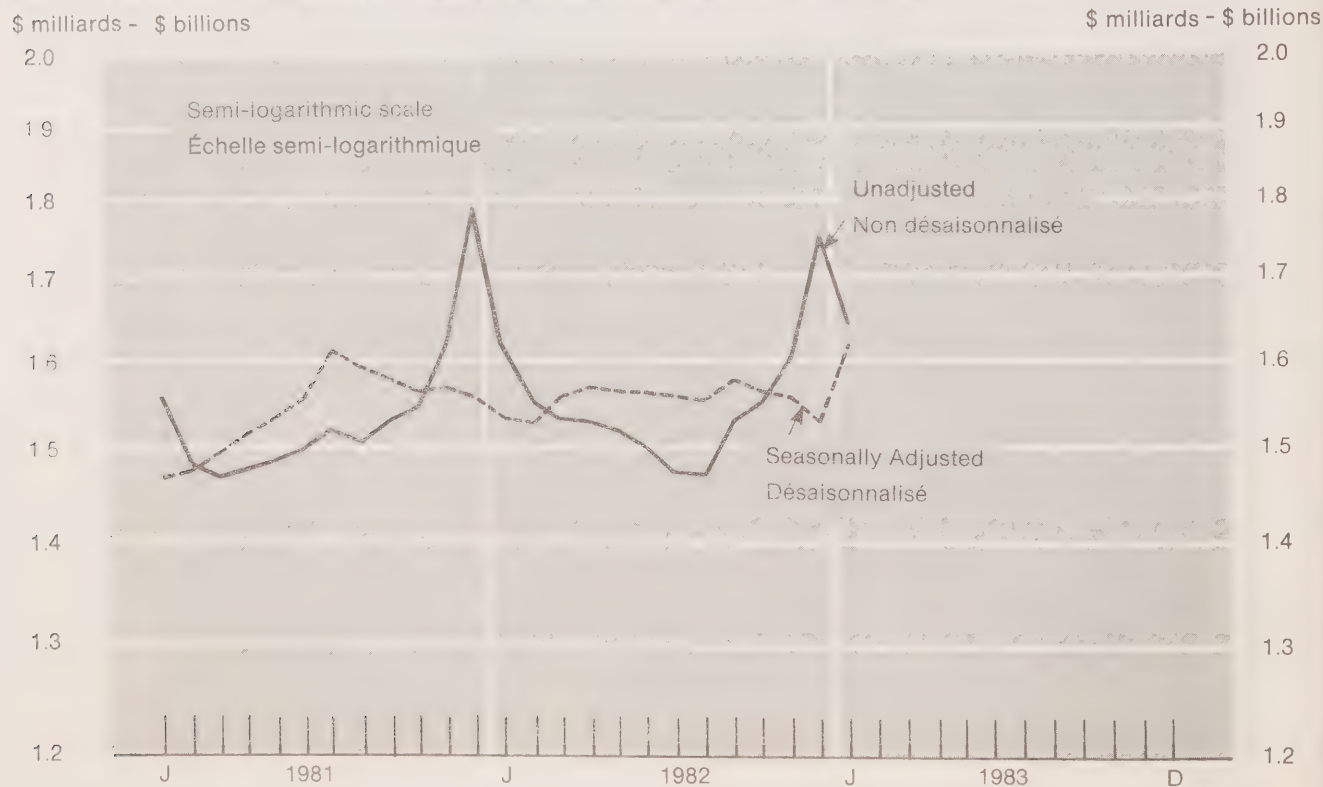


Chart — 5

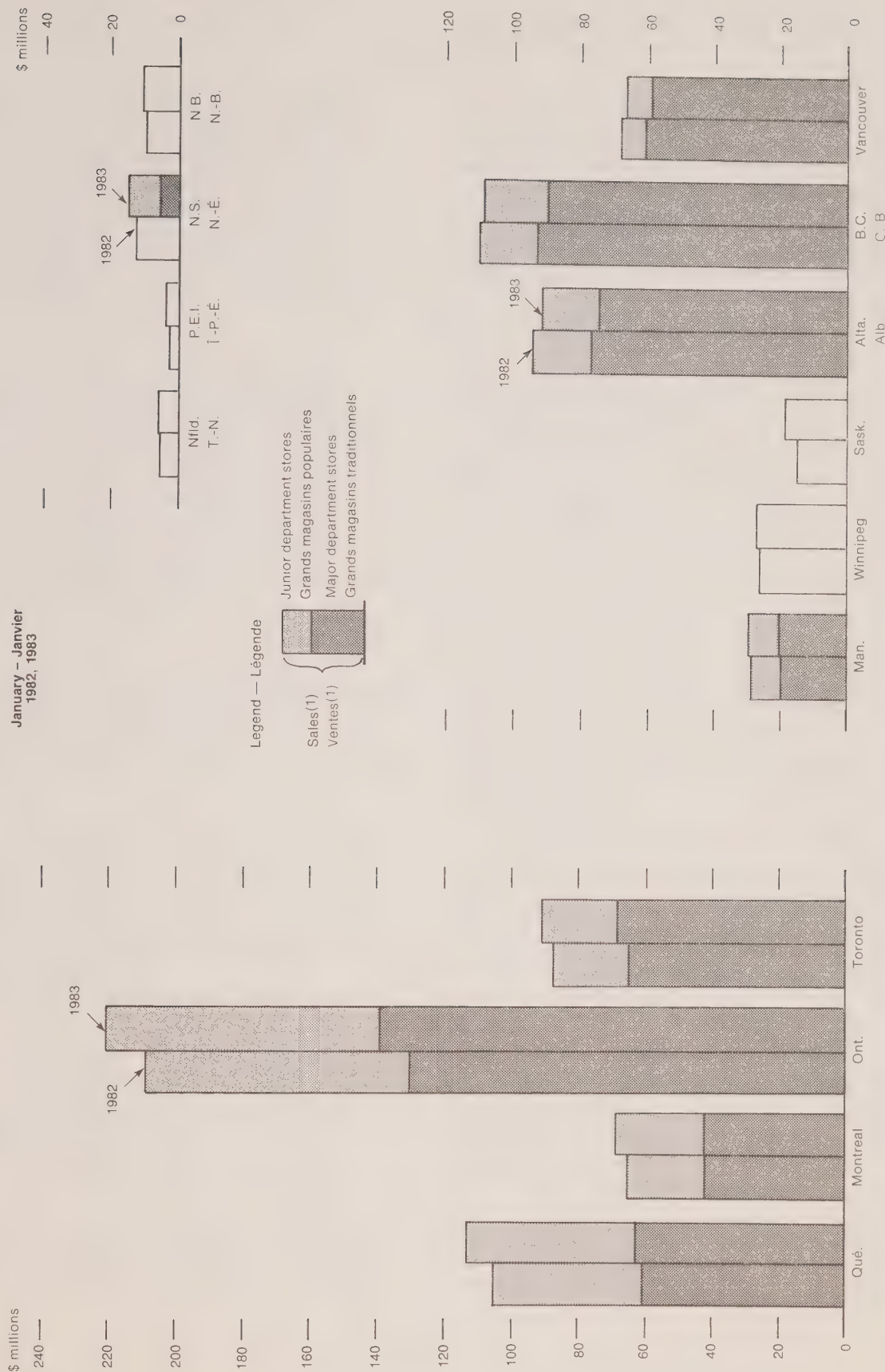
Graphique — 5

Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1981 – 1983

Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981 – 1983



Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisations



(1) For reasons of confidentiality, the split between the two groups (Major-Junior) is not shown for some regions.
 (1) Pour des raisons de confidentialité, nous ne mentionnons pas pour certaines régions la subdivision en deux groupes (Traditionnels-Populaires).

HIGHLIGHTS

Seasonally adjusted sales of department stores in January 1983, registered \$860.8 million, a small decrease of 2.1% over December 1982 sales. The largest increases were reported in toys and games (+ 12.4%), lingerie and women's sleepwear (+ 8.3%) and infants' and children's wear (+ 7.3%), while major sales decreases were recorded in piece goods (- 14.3%), furniture (- 13.1%) and women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms (- 12.9%).

January 1983 department store sales, without adjustment for seasonal variations, increased 3.9% over January 1982, with sales of \$623.4 million. Sales rose in 28 of the 40 departments with the most notable gains observed in television, radio and music (+ 26.7%), repairs and services (+ 21.1%) and linens and domestics (+ 19.5%). The largest decreases were reported in gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies (- 21.2%), hardware, paints, wallpaper, etc. (- 16.2%) and piece goods (- 10.6%).

Sales of major department store organizations increased 2.9% from January 1982 to January 1983 to \$416.1 million and junior department store organizations sales were up 6.0% to \$207.4 million.

With the exception of British Columbia (- 1.9%), Alberta (- 2.5%) and Yukon and Northwest Territories (- 2.4%), sales in the remaining provinces showed increases ranging from 4.9% in Manitoba to 23.5% in Prince Edward Island. Among the 10 metropolitan areas surveyed, Halifax-Dartmouth reported the largest sales increase, + 22.6%, while the largest sales decrease was in Calgary, - 9.8%.

The retail value of stocks held in January 1983, unadjusted, increased 1.5% over the last year to \$2,724.4 million. The seasonally adjusted value of total January stocks was 3.5% lower than the previous month at \$3,071.5 million.

The number of retail locations of department stores remained unchanged at 803 units from December 1982 to January 1983, compared to 787 locations in January 1982. Of this

POINTS SAILLANTS

En janvier 1983, les ventes désaisonnalisées des grands magasins ont baissé de 2.1% par rapport au mois de décembre 1982 et ont totalisé \$860.8 millions. Les plus fortes augmentations de ventes ont été rapportées dans les rayons de jouets et jeux (+ 12.4%), lingerie et vêtements de nuit pour dames (+ 8.3%) et vêtements pour bébés et enfants (+ 7.3%). Les baisses les plus appréciables ont été signalées dans les tissus à la pièce (- 14.3%), meubles (- 13.1%) et robes, robes de ménages, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles (- 12.9%).

Au mois de janvier 1983, les ventes non désaisonnalisées des grands magasins ont progressé de 3.9% par rapport à janvier 1982, pour se chiffrer à \$623.4 millions. Les ventes se sont accrues dans 28 des 40 rayons, les rayons de télévision, radio et musique (+ 26.7%), de services et travaux de réparation (+ 21.1%) et de literie et linge de maison (+ 19.5%) ayant signalé les plus fortes hausses. Les diminutions les plus remarquables ont été constatées dans les rayons d'essence, huile, accessoires d'automobiles, réparation et fournitures (- 21.2%), de quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc. (- 16.2%) et de tissus à la pièce (- 10.6%).

Les ventes des grands magasins traditionnels ont augmenté de 2.9% de janvier 1982 à janvier 1983 pour s'établir à \$416.1 millions, tandis que les ventes des entreprises de grands magasins populaires ont progressé de 6.0% pour atteindre \$207.4 millions.

À l'exception de la Colombie-Britannique (- 1.9%), de l'Alberta (- 2.5) et du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest (- 2.4%), toutes les autres provinces ont observé des augmentations de leurs ventes, les gains ayant varié de 4.9% au Manitoba à 23.5% à l'Île-du-Prince-Édouard. Des 10 régions métropolitaines enquêtées, Halifax-Dartmouth a indiqué l'augmentation de ventes la plus significative (+ 22.6%) alors que Calgary a enregistré la baisse la plus forte (- 9.8%).

La valeur au détail des stocks détenus au mois de janvier 1983, non désaisonnalisée, a haussé de 1.5% par rapport à l'année précédente pour se chiffrer à \$2,724.4 millions. La valeur désaisonnalisée des stocks totaux de janvier a diminué de 3.5% par rapport à décembre 1982, s'établissant à \$3,071.5 millions.

Le nombre de points de vente au détail des grands magasins est resté le même en janvier 1983 qu'en décembre 1982, soit 803 unités, comparativement à 787 en janvier 1982. De ce nombre, 343

number, 343 locations were operated by major department store organizations and 460 by junior department store organizations.

The share of total department store sales of total retail trade in Canada remained unchanged from January 1982 to January 1983, at 9.0%.

points de vente étaient opérés par les entreprises de grands magasins traditionnels et 460 par les organisations de grands magasins populaires.

La part des ventes des grands magasins du total du commerce de détail en janvier 1983 a été de 9.0%, soit au même niveau qu'en janvier 1982.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983

No.	Department	1983	1982						
		January	January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
		thousands of dollars milliers de dollars							
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	8,000	8,164	10,515	13,752	17,504	20,909	17,713	15,442
2	Women's and misses' coats and suits	10,723	10,424	9,982	14,248	14,442	7,239	5,514	6,852
3	Women's and misses' sportswear	28,150	25,164	29,081	39,553	46,006	50,966	43,691	42,236
4	Furs	4,549	4,191	3,399	2,942	682	584	600	1,743
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	16,675	15,429	15,318	19,462	24,022	21,728	19,975	20,559
6	Girls' and teenage girls' wear	8,145	7,450	9,932	15,209	16,916	15,631	13,812	13,200
7	Lingerie and women's sleepwear	10,209	8,947	10,269	12,327	15,114	16,169	14,963	15,370
8	Intimate apparel	7,304	6,663	6,620	8,473	9,821	10,002	9,781	9,298
9	Millinery	1,248	1,362	892	912	1,164	973	884	937
10	Women's and girls' hosiery	8,084	7,532	6,687	8,687	10,305	9,269	8,211	6,870
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	8,462	8,098	7,850	10,661	12,799	12,467	10,763	9,477
12	Women's, misses' and children's footwear	13,164	12,965	11,946	19,399	24,904	24,820	21,959	17,547
13	Men's clothing	20,728	22,428	20,974	31,839	32,873	31,956	34,822	24,905
14	Men's furnishings	22,542	21,340	20,470	26,494	30,679	32,116	41,477	31,437
15	Boys' clothing and furnishings	6,444	6,041	6,080	9,159	12,078	10,692	9,958	8,916
16	Men's and boys' footwear	8,868	9,287	7,882	11,630	16,039	15,822	15,145	11,615
17	Food and kindred products	47,381	48,298	56,337	50,655	59,920	57,659	49,657	50,769
18	Toiletries, cosmetics and drugs	37,336	33,472	33,602	38,125	41,291	40,212	40,368	40,718
19	Photographic equipment and supplies	9,261	9,033	7,960	9,824	11,189	11,046	13,690	13,730
20	Piece goods	3,456	3,866	3,848	4,921	4,760	4,558	4,016	3,589
21	Linens and domestics	28,304	23,688	14,543	18,188	19,863	20,828	24,776	26,567
22	Smallwares and notions	9,028	8,695	7,079	7,396	7,753	6,309	6,490	6,863
23	China and glassware	7,526	7,319	7,485	9,533	10,004	10,802	9,503	10,000
24	Floor coverings	9,403	9,052	9,638	11,828	11,862	11,299	11,557	11,691
25	Draperies, curtains and furniture coverings	10,267	9,524	9,312	13,646	14,957	14,608	15,864	15,154
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6,757	6,078	5,584	7,019	6,800	7,122	7,098	7,637
27	Furniture	38,133	37,565	31,181	35,745	36,630	40,456	39,381	43,626
28	Major appliances	33,665	35,255	27,544	31,403	31,730	32,420	35,622	41,554
29	Television, radio and music	35,142	27,745	23,480	29,072	28,213	25,000	27,482	30,271
30	Housewares and small electrical appliances	25,485	22,897	25,215	24,140	29,542	31,997	30,992	32,535
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	17,735	21,155	20,257	20,568	26,286	35,716	30,751	26,766
32	Plumbing, heating and building materials	7,215	6,267	6,404	7,385	10,670	12,885	11,003	11,774
33	Jewellery	9,595	9,668	11,294	15,407	16,885	17,963	17,432	16,696
34	Toys and games	8,046	6,915	7,822	9,712	14,068	11,793	12,307	13,446
35	Sporting goods and luggage	18,064	19,872	16,080	21,002	28,150	35,060	36,356	31,773
36	Stationery, books and magazines	19,259	17,447	18,133	18,481	20,175	19,630	20,578	19,930
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	12,734	16,159	12,756	15,203	18,161	17,787	18,055	18,433
38	Meals and lunches	18,021	18,314	18,418	20,083	19,573	19,027	19,629	19,629
39	Repairs and services	7,763	6,410	6,319	7,739	7,850	7,350	7,135	6,499
40	All other departments	20,555	19,900	19,718	22,625	30,048	38,249	31,732	27,921
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	623,426	600,079	577,906	694,447	791,728	811,119	790,742	763,975

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1982							Rayon	N ^o
August	September	October	November	December	January/ December 1983/1982	January 1983/1982		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier/ décembre 1983/1982	Janvier 1983/1982		
Thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
14,684	16,187	15,203	18,125	23,107	- 65.4	- 2.0	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
16,922	17,602	22,926	25,036	21,964	- 51.2	+ 2.9	formes pour dames et jeunes filles	
43,786	57,198	44,112	51,616	68,894	- 59.1	+ 11.9	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
1,744	2,673	4,143	5,920	6,317	- 28.0	+ 8.5	filles	
25,310	24,461	25,065	27,166	37,054	- 55.0	+ 8.1	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
							Fourrures	4
							Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
							de chambres d'enfants	
22,918	18,293	15,013	19,626	26,599	- 69.4	+ 9.3	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
13,048	16,856	16,904	25,016	45,822	- 77.7	+ 14.1	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
9,326	10,644	8,915	10,587	14,401	- 49.3	+ 9.6	Sous-vêtements	8
976	1,579	2,130	3,497	4,449	- 71.9	- 8.4	Chapeaux	9
8,173	12,633	11,787	13,043	18,138	- 55.4	+ 7.3	Bas pour dames et fillettes	10
10,539	15,631	15,421	22,451	36,067	- 76.5	+ 4.5	Gants, moufles et articles de parure pour	11
21,766	28,145	26,137	30,942	31,104	- 57.7	+ 1.5	dames et fillettes	
27,990	38,610	36,156	50,613	66,294	- 68.7	- 7.6	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
32,116	39,768	37,967	57,801	110,068	- 79.5	+ 5.6	enfants	
17,859	11,927	11,577	14,679	24,055	- 73.2	+ 6.7	Vêtements pour hommes	13
							Articles d'habillement pour hommes	14
							Vêtements et articles d'habillement pour	15
							garçons	
13,300	16,733	15,248	20,628	24,363	- 63.6	- 4.5	Chaussures pour hommes et garçons	16
56,810	49,302	54,835	67,554	81,188	- 41.6	- 1.9	Produits alimentaires et connexes	17
40,417	41,747	45,925	56,506	110,219	- 66.1	+ 11.5	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
							caments	
13,210	12,750	12,143	15,651	32,660	- 71.6	+ 2.5	Appareils et fournitures photographiques	19
4,435	5,489	5,509	5,561	4,654	- 25.7	- 10.6	Tissus à la pièce	20
24,419	28,296	25,604	27,881	43,883	- 35.5	+ 19.5	Literie et linge de maison	21
7,502	10,608	9,823	10,965	12,607	- 28.4	+ 3.8	Menus articles	22
9,214	12,420	10,756	16,439	34,915	- 78.4	+ 2.8	Porcelaine et verrerie	23
10,402	11,555	13,856	14,121	11,645	- 19.3	+ 3.9	Revêtements de plancher	24
13,146	13,448	14,424	16,321	18,349	- 44.0	+ 7.8	Tentures, rideaux et housses	25
7,205	8,515	8,906	12,733	21,114	- 68.0	+ 11.2	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
							d'ameublement pour la maison	
35,418	38,348	39,172	40,456	42,085	- 9.4	+ 1.5	Meubles	27
32,333	38,390	40,546	42,791	43,559	- 22.7	- 4.5	Gros appareils ménagers	28
30,756	42,882	37,758	50,792	80,166	- 56.2	+ 26.7	Télévision, radio et musique	29
30,423	31,952	35,470	43,031	79,727	- 68.0	+ 11.3	Articles de ménage et petits appareils élec-	30
							triques	
22,932	23,160	27,897	25,797	35,583	- 50.2	- 16.2	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
							etc.	
8,855	9,471	10,164	10,337	12,242	- 41.1	+ 15.1	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
							truction	
15,879	21,376	17,986	27,984	65,780	- 85.4	- 0.8	Bijouterie	33
12,192	12,366	20,874	44,475	80,781	- 90.0	+ 16.4	Jouets et jeux	34
23,762	23,489	20,678	27,718	50,997	- 64.6	- 9.1	Articles de sport et valises	35
27,698	27,368	22,388	32,907	68,108	- 71.7	+ 10.4	Papeterie, livres et revues	36
15,982	15,261	19,543	22,217	22,753	- 44.0	- 21.2	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
							réparation et fournitures	
19,637	19,985	20,015	23,950	32,401	- 44.4	- 1.6	Repas et casse-croûtes	38
6,792	7,409	9,006	11,914	13,436	- 42.2	+ 21.1	Services et travaux de réparation	39
25,584	25,399	27,107	28,711	50,775	- 59.5	+ 3.3	Tous autres rayons	40
775,460	859,926	859,089	1,073,558	1,608,323	- 61.2	+ 3.9	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983(1)

Department	1983						
	1982						
	January	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	thousands of dollars						
	milliers de dollars						
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	14,152	14,163	15,946	15,838	15,911	16,231	15,349
2 Women's and misses' coats and suits	14,740	13,713	14,589	13,722	15,291	13,468	13,332
3 Women's and misses' sportswear	47,939	42,070	45,503	44,678	46,307	47,261	44,347
4 Furs	2,690	2,389	2,941	4,384	2,604	3,162	3,488
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	24,594	22,067	22,678	22,795	23,779	23,874	22,732
6 Girls' and teenage girls' wear	16,177	14,602	16,246	16,660	16,753	17,207	15,841
7 Lingerie and women's sleepwear	19,125	16,658	17,529	16,733	17,974	16,836	16,814
8 Intimate apparel	9,604	8,521	9,448	9,088	9,144	9,376	8,722
9 Millinery	1,572	1,664	1,607	1,584	1,583	1,522	1,453
10 Women's and girls' hosiery	10,041	9,274	9,193	9,425	9,661	9,500	9,714
1 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	14,740	13,903	13,671	13,835	14,717	13,925	13,015
2 Women's, misses' and children's footwear	22,069	21,301	21,664	21,554	22,704	23,783	23,110
13 Men's clothing	32,870	35,418	35,391	34,313	35,512	36,875	36,349
4 Men's furnishings	39,423	36,817	37,638	38,181	39,262	40,876	39,970
5 Boys' clothing and furnishings	12,029	11,118	11,247	10,789	12,301	12,447	12,548
16 Men's and boys' footwear	14,646	14,921	13,474	13,625	14,450	15,996	14,674
17 Food and kindred products	57,725	57,722	58,254	54,223	56,448	56,495	56,021
18 Toiletries, cosmetics and drugs	49,452	43,859	44,698	45,338	45,365	44,189	46,135
19 Photographic equipment and supplies	13,362	12,906	13,437	13,472	13,704	13,040	13,889
20 Piece goods	4,118	4,540	4,496	4,513	4,409	4,368	4,413
21 Linens and domestics	28,021	25,374	23,461	23,599	23,526	23,266	26,439
22 Smallwares and notions	8,550	8,137	8,370	8,061	8,302	8,122	8,442
23 China and glassware	11,446	11,040	12,597	13,004	12,887	12,285	11,269
24 Floor coverings	11,684	11,128	11,772	12,050	12,001	11,282	12,066
25 Draperies, curtains and furniture coverings	13,815	12,506	13,689	14,722	13,886	14,394	14,986
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	9,130	8,332	8,446	8,456	7,763	8,664	8,843
27 Furniture	36,473	35,723	41,685	37,845	40,178	38,347	39,123
28 Major appliances	35,572	36,745	39,250	34,912	35,244	31,988	35,217
29 Television, radio and music	40,384	31,672	33,566	34,122	36,254	33,520	37,740
30 Housewares and small electrical appliances	37,857	33,891	35,473	31,982	34,347	33,158	34,612
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	25,081	29,427	30,240	25,797	24,649	29,510	27,288
32 Plumbing, heating and building materials	10,698	8,621	9,208	8,680	9,536	10,723	8,697
33 Jewellery	20,489	20,439	21,516	22,048	21,046	20,450	20,566
34 Toys and games	23,651	20,232	20,704	19,644	21,054	19,544	21,542
35 Sporting goods and luggage	24,888	27,541	28,343	29,584	27,496	30,811	30,259
36 Stationery, books and magazines	25,679	23,204	26,300	24,443	25,473	24,080	25,414
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	17,427	21,234	18,706	17,672	17,013	18,262	17,739
38 Meals and lunches	21,398	21,392	23,043	21,027	20,530	20,045	20,311
39 Repairs and services	9,245	7,458	8,046	8,330	8,579	7,923	7,111
40 All other departments	30,166	28,491	29,121	26,756	26,296	28,410	28,751
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	860,848	814,939	856,240	822,512	842,892	850,497	843,908

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1982 et 1983(1)

1983						Change - Variation		Rayon	NO
July	August	September	October	November	December	January/ December 1983/1982			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier/ décembre 1983/1982			
thousands of dollars						per cent			
milliers de dollars						pourcentage			
15,644	16,001	15,834	15,934	17,131	16,242	- 12.9		Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
14,329	16,069	13,437	14,030	16,717	13,792	+ 6.9		formes pour dames et jeunes filles	
46,809	45,572	45,762	42,715	44,139	45,589	+ 5.2		Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
3,639	1,899	2,583	3,253	3,437	2,573	+ 4.5		filles	
22,503	24,269	22,017	22,144	23,286	22,912	+ 7.3		Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
								Fourrures	4
								Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
								de chambres d'enfants	
15,994	16,458	15,627	15,205	16,259	16,669	- 3.0		Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
16,728	18,010	18,264	18,382	17,670	17,667	+ 8.3		Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
8,993	9,786	10,127	9,910	10,784	10,201	- 5.9		Sous-vêtements	8
1,507	1,612	1,735	1,503	1,731	1,735	- 9.4		Chapeaux	9
9,439	10,076	10,901	10,473	11,069	10,968	- 8.5		Bas pour dames et fillettes	10
13,550	14,143	14,698	14,750	15,040	14,672	+ 0.5		Gants, moufles et articles de parure pour	11
22,427	22,233	22,165	21,574	24,887	22,829	- 3.3		dames et fillettes	
34,205	34,184	34,806	32,809	35,349	34,564	- 4.9		Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
40,459	44,013	42,670	40,138	38,140	40,816	- 3.4		enfants	
11,293	12,912	11,129	11,476	12,163	12,115	- 0.7		Vêtements pour hommes	13
								Articles d'habillement pour hommes	14
								Vêtements et articles d'habillement pour	15
								garçons	
13,634	14,598	14,743	13,850	16,850	15,161	- 3.4		Chaussures pour hommes et garçons	16
56,700	56,998	55,904	57,685	57,522	57,094	+ 1.1		Produits alimentaires et connexes	17
45,373	47,388	46,551	49,070	49,484	49,187	+ 0.5		Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
								caments	
13,309	13,749	13,726	13,922	13,673	13,533	- 1.3		Appareils et fournitures photographiques	19
4,616	4,926	4,723	4,683	4,721	4,805	- 14.3		Tissus à la pièce	20
23,752	25,519	25,226	25,538	25,645	26,735	+ 4.8		Literie et linge de maison	21
8,091	8,948	9,043	8,609	9,217	8,393	+ 1.9		Menus articles	22
12,003	11,977	12,854	12,943	11,768	12,745	- 10.2		Porcelaine et verrerie	23
11,371	11,426	11,024	11,713	11,512	11,053	+ 5.7		Revêtements de plancher	24
13,415	14,042	12,770	13,394	14,684	15,462	- 10.7		Tentures, rideaux et housses	25
8,592	8,664	8,540	9,230	9,256	9,503	- 3.9		Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
								d'ameublement pour la maison	
35,517	36,642	35,859	39,508	39,346	41,980	- 13.1		Meubles	27
33,938	31,912	34,595	38,527	42,540	38,830	- 8.4		Gros appareils ménagers	28
35,129	35,050	38,497	36,149	38,796	37,782	+ 6.9		Télévision, radio et musique	29
33,014	34,536	34,305	39,473	34,933	35,691	+ 6.1		Articles de ménage et petits appareils élec-	30
								triques	
26,530	25,694	23,896	26,057	24,441	24,978	+ 0.4		Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
10,704	9,349	9,466	9,064	10,465	12,165	- 12.1		etc.	
21,862	21,499	21,404	22,238	20,082	21,102	- 2.9		Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
20,327	21,079	20,579	20,824	19,199	21,049	+ 12.4		truction	
27,600	28,271	28,151	26,043	25,383	26,201	- 5.0		Bijouterie	33
								Jouets et jeux	34
								Articles de sport et valises	35
26,335	26,863	25,423	25,639	26,040	28,194	- 8.9		Papeterie, livres et revues	36
18,216	17,432	16,815	16,291	17,898	16,539	+ 5.4		Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
								réparation et fournitures	
19,861	19,993	20,569	19,917	21,451	22,061	- 3.0		Repas et casse-croûtes	38
7,083	7,604	7,503	8,119	8,731	10,156	- 9.0		Services et travaux de réparation	39
27,514	29,030	30,768	29,916	29,765	31,504	- 4.2		Tous autres rayons	40
831,311	850,005	843,975	847,980	866,681	878,961	- 2.1		TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983

Province	1983	1982						
	January	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	5,973	5,603	5,825	7,660	9,298	10,060	9,668	9,433
2 Prince Edward Island	4,088	3,311	2,956	3,744	4,285	4,446	4,797	6,030
3 Nova Scotia	15,152	12,967	13,146	16,382	20,455	20,369	20,303	19,946
4 New Brunswick	11,285	10,210	10,191	13,040	16,625	17,813	17,440	16,853
5 Quebec	113,689	106,158	98,370	118,529	145,086	151,798	135,809	134,696
6 Ontario	220,389	209,112	204,722	241,668	275,573	289,219	277,394	268,605
7 Manitoba	30,338	28,921	29,484	37,860	43,247	43,038	40,902	41,294
8 Saskatchewan	18,851	15,630	15,984	19,564	22,876	23,277	22,476	22,961
9 Alberta	92,346	94,682	89,528	107,825	118,352	117,905	121,211	111,068
10 British Columbia	109,447	111,571	105,658	125,556	133,329	130,256	137,522	130,167
11 Yukon and Northwest Territories	1,868	1,913	2,042	2,620	2,602	2,938	3,220	2,922
12 CANADA	623,426	600,079	577,906	694,447	791,728	811,119	790,742	763,975

TABLE 4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983	1982						
	January	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Calgary	35,506	39,359	36,626	44,827	47,244	46,836	48,110	44,318
2 Edmonton	42,323	41,843	39,763	47,049	54,107	53,478	54,215	49,535
3 Halifax-Dartmouth	8,865	7,230	7,259	8,677	11,094	10,412	10,004	9,595
4 Hamilton	16,494	15,392	15,603	18,213	21,081	21,650	20,474	19,866
5 Montreal	69,878	65,774	60,945	72,444	89,467	89,527	79,362	78,723
6 Ottawa-Hull	27,571	23,619	22,154	28,777	33,061	34,977	32,654	31,017
7 Quebec City	15,486	13,736	12,624	15,388	18,963	21,038	19,196	18,411
8 Toronto	91,876	87,801	86,224	99,286	109,794	112,200	109,463	105,514
9 Vancouver	66,859	68,830	64,243	76,470	79,239	78,330	80,407	75,953
10 Winnipeg	27,586	26,332	26,800	34,351	39,272	38,966	36,918	37,372

TABLEAU 3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1982 et 1983

1982					Change - Variation		Province	N ^o
August	September	October	November	December	January/ December 1983/1982	January 1983/1982		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier/ décembre 1983/1982	Janvier 1983/1982		
Thousands of dollars - milliers de dollars								
10,021	9,903	11,067	13,775	19,875	- 69.9	+ 6.6	Terre-Neuve	1
5,098	5,230	5,086	6,019	9,477	- 56.9	+ 23.5	Île-du-Prince-Édouard	2
21,808	22,345	23,885	32,319	51,652	- 70.6	+ 16.9	Nouvelle-Écosse	3
16,964	17,601	19,217	25,692	36,671	- 69.2	+ 10.5	Nouveau-Brunswick	4
142,230	148,399	154,620	178,943	280,237	- 59.4	+ 7.1	Québec	5
272,376	305,188	302,705	387,573	598,465	- 63.2	+ 5.4	Ontario	6
40,344	46,588	44,257	57,953	80,873	- 62.5	+ 4.9	Manitoba	7
22,792	25,635	25,662	34,458	47,067	- 59.9	+ 20.6	Saskatchewan	8
114,077	125,582	127,275	158,132	218,739	- 57.8	- 2.5	Alberta	9
126,910	150,496	142,202	175,741	260,278	- 57.9	- 1.9	Colombie-Britannique	10
2,841	2,958	3,112	2,954	4,990	- 62.6	- 2.4	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
775,460	859,926	859,089	1,073,558	1,608,323	- 61.2	+ 3.9	CANADA	12

TABLEAU 4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1982					Change - Variation		Certaines zones métropolitaines	N ^o
August	September	October	November	December	January/ December 1983/1982	January 1983/1982		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier/ décembre 1983/1982	Janvier 1983/1982		
Thousands of dollars - milliers de dollars								
43,635	49,281	49,690	61,436	84,142	- 57.8	- 9.8	Calgary	1
52,992	57,361	57,129	70,906	97,287	- 56.5	+ 1.1	Edmonton	2
10,970	12,820	13,419	17,887	27,088	- 67.3	+ 22.6	Halifax-Dartmouth	3
19,178	22,578	22,174	28,431	46,262	- 64.3	+ 7.2	Hamilton	4
83,744	91,348	93,644	108,605	170,734	- 59.1	+ 6.2	Montréal	5
32,095	36,920	37,657	44,801	66,080	- 58.3	+ 16.7	Ottawa-Hull	6
19,777	20,723	21,461	25,300	36,172	- 57.2	+ 12.7	Ville de Québec	7
106,665	126,920	121,498	156,823	242,788	- 62.2	+ 4.6	Toronto	8
74,222	91,441	85,071	104,703	156,081	- 57.2	- 2.9	Vancouver	9
36,432	42,384	40,028	52,572	72,593	- 62.0	+ 4.8	Winnipeg	10

TABLE 5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983

Province	1983		1982					
	January	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	5,561	x	x	x	x	x	x	x
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	63,028	61,088	56,009	68,858	81,067	83,063	73,948	73,714
6 Ontario	139,304	130,523	129,584	151,871	166,003	169,784	164,109	159,248
7 Manitoba	20,927	20,017	19,818	26,132	28,201	26,829	26,205	26,399
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	74,681	77,514	71,402	87,310	92,714	89,415	94,099	84,406
10 British Columbia	91,080	93,499	88,188	105,361	107,860	104,021	109,380	103,284
11 Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	x	x	x
12 CANADA	416,073	404,404	386,451	467,207	506,180	504,670	498,570	477,615

TABLE 6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983		1982					
	January	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Calgary	29,040	32,084	29,114	36,656	36,350	35,223	37,456	33,647
2 Edmonton	35,144	35,423	32,890	39,084	43,953	42,105	43,381	39,048
3 Halifax-Dartmouth	5,252	x	x	x	x	x	x	x
4 Hamilton	12,516	11,871	11,943	13,875	15,936	16,165	15,114	14,840
5 Montreal	42,362	42,242	39,667	48,192	56,661	55,322	48,659	48,943
6 Ottawa-Hull	18,458	15,821	14,639	19,329	19,953	22,267	21,006	20,563
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x	x	x
8 Toronto	69,002	65,495	65,256	74,976	80,710	80,223	78,069	75,481
9 Vancouver	59,276	61,670	57,641	68,857	69,932	68,830	69,984	66,095
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983

1982	Change - Variation						Province	No
August	September	October	November	December	January/ December 1983/1982	January 1983/1982		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier/ décembre 1983/1982	Janvier 1983/1982		
thousands of dollars - milliers de dollars								
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
x	x	x	x	x	x	x	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
76,393	88,696	90,751	106,763	156,138	- 59.6	+ 3.2	Québec	5
159,596	196,784	189,082	245,792	355,232	- 60.8	+ 6.7	Ontario	6
25,890	33,309	29,310	39,694	52,740	- 60.3	+ 4.5	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
86,868	100,475	99,298	124,170	168,176	- 55.6	- 3.7	Alberta	9
101,775	125,830	115,913	143,087	207,619	- 56.1	- 2.6	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
480,451	583,344	562,694	708,644	1,009,315	- 58.8	+ 2.9	CANADA	12

TABLEAU 6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

[illegible]

TABLE 7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983

Province	1983	1982						
	January	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	9,591	x	x	x	x	x	x	x
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	50,662	45,070	42,360	49,671	64,018	68,736	61,861	60,981
6 Ontario	81,085	78,589	75,138	89,797	109,569	119,435	113,290	109,358
7 Manitoba	9,411	8,905	9,666	11,727	15,046	16,208	14,697	14,895
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	17,665	17,168	18,126	20,516	25,639	28,490	27,112	26,667
10 British Columbia	18,367	18,072	17,470	20,195	25,468	26,234	28,142	26,881
11 Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	x	x	x
12 CANADA	207,353	195,675	191,455	227,240	285,547	306,449	292,172	286,351

TABLE 8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983	1982						
	January	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Calgary	6,466	7,274	7,513	8,171	10,894	11,613	10,654	10,671
2 Edmonton	7,179	6,420	6,874	7,965	10,154	11,373	10,834	10,481
3 Halifax-Dartmouth	3,613	x	x	x	x	x	x	x
4 Hamilton	3,978	3,521	3,661	4,337	5,146	5,485	5,360	5,021
5 Montreal	27,516	23,532	21,278	24,251	32,806	34,205	30,704	29,781
6 Ottawa-Hull	9,114	7,798	7,515	9,449	13,108	12,711	11,648	10,451
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x	x	x
8 Toronto	22,873	22,306	20,968	24,310	29,084	31,978	31,394	30,031
9 Vancouver	7,583	7,160	6,602	7,613	9,307	9,500	10,423	9,851
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983

1982					Change - Variation			
August	September	October	November	December	January/ December 1983/1982	January 1983/1982	Province	
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier/ décembre 1983/1982	Janvier 1983/1982		
thousands of dollars - milliers de dollars								No
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
x	x	x	x	x	x	x	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
65,837	59,703	63,870	72,180	124,099	- 59.2	+ 12.4	Québec	5
112,780	108,405	113,623	141,780	243,232	- 66.7	+ 3.2	Ontario	6
14,454	13,280	14,947	18,260	28,133	- 66.5	+ 5.7	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
27,209	25,107	27,977	33,962	50,563	- 65.1	+ 2.9	Alberta	9
25,135	24,666	26,289	32,654	52,659	- 65.1	+ 1.6	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
295,010	276,582	296,395	364,914	599,009	- 65.4	+ 6.0	CANADA	12

TABLEAU 8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

[illegible]

TABLE 9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983

Province	1983	1982					
	January	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
	number - nombre						
No.							
1 Newfoundland	14	15	14	14	14	14	14
2 Prince Edward Island	7	7	7	7	7	7	7
3 Nova Scotia	32	30	30	30	30	30	30
4 New Brunswick	25	27	26	26	26	26	26
5 Quebec	164	163	163	164	164	164	164
6 Ontario	301	294	294	296	297	297	298
7 Manitoba	38	37	37	38	38	38	38
8 Saskatchewan	29	26	26	26	27	28	28
9 Alberta	84	82	82	82	82	82	82
10 British Columbia	102	99	98	98	100	101	102
11 Yukon and Northwest Territories	7	7	7	7	7	7	7
12 CANADA	803	787	784	788	792	794	796

TABLE 10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983	1982					
	January	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
	number - nombre						
No.							
1 Calgary	27	27	27	27	27	27	27
2 Edmonton	32	31	31	31	31	31	31
3 Halifax-Dartmouth	13	11	11	11	11	11	11
4 Hamilton	24	24	24	24	24	24	24
5 Montreal	80	80	80	80	80	80	80
6 Ottawa-Hull	32	31	31	31	31	31	31
7 Quebec City	19	17	17	17	17	17	17
8 Toronto	88	86	86	87	88	88	89
9 Vancouver	42	40	39	39	39	39	40
10 Winnipeg	30	29	29	30	30	30	30

TABLEAU 9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1982 et 1983

1982							No
July	August	September	October	November	December	Province	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
14	14	14	14	14	14	Terre-Neuve	1
7	7	7	7	7	7	Île-du-Prince-Édouard	2
30	31	32	32	32	32	Nouvelle-Écosse	3
26	25	25	25	25	25	Nouveau-Brunswick	4
164	162	162	163	164	164	Québec	5
296	299	299	300	301	301	Ontario	6
38	38	38	38	38	38	Manitoba	7
28	28	28	29	29	29	Saskatchewan	8
82	83	83	84	84	84	Alberta	9
102	102	102	101	102	102	Colombie-Britannique	10
7	7	7	7	7	7	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
794	796	797	800	803	803	CANADA	12

TABLEAU 10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1982							No
July	August	September	October	November	December	Certaines zones métropolitaines	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
27	27	27	27	27	27	Calgary	1
31	32	32	32	32	32	Edmonton	2
11	12	13	13	13	13	Halifax-Dartmouth	3
24	24	24	24	24	24	Hamilton	4
80	79	79	80	80	80	Montréal	5
31	32	32	32	32	32	Ottawa-Hull	6
17	17	18	18	19	19	Ville de Québec	7
87	86	87	88	89	88	Toronto	8
40	41	41	41	41	42	Vancouver	9
30	30	30	30	30	30	Winnipeg	10

TABLE 11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983

Province	1983						
	January	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	number - nombre						
1 Newfoundland	8	9	8	8	8	8	8
2 Prince Edward Island	3	3	3	3	3	3	3
3 Nova Scotia	6	5	5	5	5	5	5
4 New Brunswick	5	6	6	6	6	6	6
5 Quebec	58	58	58	58	58	58	58
6 Ontario	113	110	110	111	112	112	113
7 Manitoba	18	18	18	18	18	18	18
8 Saskatchewan	15	14	14	14	14	15	15
9 Alberta	51	51	51	51	51	51	51
10 British Columbia	60	59	59	59	60	61	61
11 Yukon and Northwest Territories	6	6	6	6	6	6	6
12 CANADA	343	339	338	339	341	343	344

TABLE 12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983		1982				
	January	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	number - nombre						
1 Calgary	15	15	15	15	15	15	15
2 Edmonton	19	19	19	19	19	19	19
3 Halifax-Dartmouth	5	4	4	4	4	4	4
4 Hamilton	15	15	15	15	15	15	15
5 Montreal	31	32	32	32	32	32	32
6 Ottawa-Hull	13	13	13	13	13	13	13
7 Quebec City	7	6	6	6	6	6	6
8 Toronto	40	40	40	41	42	42	42
9 Vancouver	26	26	26	26	26	26	26
10 Winnipeg	13	13	13	13	13	13	13

TABLEAU 11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983

1982						Province	N ^o
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
8	8	8	8	8	8	Terre-Neuve	1
3	3	3	3	3	3	Île-du-Prince-Édouard	2
5	5	6	6	6	6	Nouvelle-Écosse	3
6	5	5	5	5	5	Nouveau-Brunswick	4
58	57	58	58	58	58	Québec	5
111	112	112	113	113	113	Ontario	6
18	18	18	18	18	18	Manitoba	7
15	15	15	15	15	15	Saskatchewan	8
51	51	51	51	51	51	Alberta	9
61	61	61	60	60	60	Colombie-Britannique	10
6	6	6	6	6	6	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
342	341	343	343	343	343	CANADA	12

TABLEAU 12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1982						Certaines zones métropolitaines	N ^o
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
15	15	15	15	15	15	Calgary	1
19	19	19	19	19	19	Edmonton	2
4	4	5	5	5	5	Halifax-Dartmouth	3
15	15	15	15	15	15	Hamilton	4
32	31	31	31	31	31	Montréal	5
13	13	13	13	13	13	Ottawa-Hull	6
6	6	7	7	7	7	Ville de Québec	7
40	39	40	40	40	40	Toronto	8
26	26	26	26	26	26	Vancouver	9
13	13	13	13	13	13	Winnipeg	10

TABLE 13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983

	1983	1982					
Province	January	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	number - nombre						
1 Newfoundland	6	6	6	6	6	6	6
2 Prince Edward Island	4	4	4	4	4	4	4
3 Nova Scotia	26	25	25	25	25	25	25
4 New Brunswick	20	21	20	20	20	20	20
5 Quebec	106	105	105	106	106	106	106
6 Ontario	188	184	184	185	185	185	185
7 Manitoba	20	19	19	20	20	20	20
8 Saskatchewan	14	12	12	12	13	13	13
9 Alberta	33	31	31	31	31	31	31
10 British Columbia	42	40	39	39	40	40	41
11 Yukon and Northwest Territories	1	1	1	1	1	1	1
12 CANADA	460	448	446	449	451	451	452

TABLE 14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

	1983	1982					
Selected metropolitan areas	January	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	number - nombre						
1 Calgary	12	12	12	12	12	12	12
2 Edmonton	13	12	12	12	12	12	12
3 Halifax-Dartmouth	8	7	7	7	7	7	7
4 Hamilton	9	9	9	9	9	9	9
5 Montreal	49	48	48	48	48	48	48
6 Ottawa-Hull	19	18	18	18	18	18	18
7 Quebec City	12	11	11	11	11	11	11
8 Toronto	48	46	46	46	46	46	47
9 Vancouver	16	14	13	13	13	13	14
10 Winnipeg	17	16	16	17	17	17	17

TABEAU 13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983

1982							N ^o
July	August	September	October	November	December	Province	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
6	6	6	6	6	6	Terre-Neuve	1
4	4	4	4	4	4	Île-du-Prince-Édouard	2
25	26	26	26	26	26	Nouvelle-Écosse	3
20	20	20	20	20	20	Nouveau-Brunswick	4
106	105	104	105	106	106	Québec	5
185	187	187	187	188	188	Ontario	6
20	20	20	20	20	20	Manitoba	7
13	13	13	14	14	14	Saskatchewan	8
31	32	32	33	33	33	Alberta	9
41	41	41	41	42	42	Colombie-Britannique	10
1	1	1	1	1	1	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
452	455	454	457	460	460	CANADA	12

TABEAU 14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1982							N ^o
July	August	September	October	November	December	Certaines zones métropolitaines	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
12	12	12	12	12	12	Calgary	1
12	13	13	13	13	13	Edmonton	2
7	8	8	8	8	8	Halifax-Dartmouth	3
9	9	9	9	9	9	Hamilton	4
48	48	48	49	49	49	Montréal	5
18	19	19	19	19	19	Ottawa-Hull	6
11	11	11	11	12	12	Ville de Québec	7
47	47	47	48	49	48	Toronto	8
14	15	15	15	15	16	Vancouver	9
17	17	17	17	17	17	Winnipeg	10

TABLE 15. Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983
January

TABLEAU 15. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983
Janvier

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1983/1982
		1982	1983	Variation 1983/1982
		thousands of dollars		per cent
		milliers de dollars		pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles			
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles			
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sport pour dames et jeunes filles			
4	Furs - Fourrures			
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants			
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes			
7	Lingerie and women's sleeperwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames			
8	Intimate apparel - Sous-vêtements			
9	Millinery - Chapeaux			
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes			
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes			
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants			
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes			
14	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes			
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons			
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons			
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes			
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments			
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photo- graphiques			Cumulative figures will appear here in subsequent issues.
20	Piece goods - Tissus à la pièce			
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison			Les chiffres cumulatifs paraîtront ici dans les numéros ultérieurs.
22	Smallwares and notions - Menus articles			
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie			
24	Floor coverings - Revêtements de plancher			
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses			
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison			
27	Furniture - Meubles			
28	Major appliances - Gros appareils ménagers			
29	Television, radio and music - Télévision, radio et musique			
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques			
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.			
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction			
33	Jewellery - Bijouterie			
34	Toys and games - Jouets et jeux			
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises			
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues			
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures			
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes			
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation			
40	All other departments - Tous autres rayons			
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS			

TABLE 16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983
January

TABLERAU 16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1982 et 1983
Janvier

Province	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	Cumulative figures will appear here in subsequent issues.		
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard			
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse			
New Brunswick - Nouveau-Brunswick			
Québec			
Ontario			
Manitoba			
Saskatchewan			
Alberta			
British Columbia - Colombie-Britannique			
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest			
CANADA			

TABLE 17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983
January

TABLERAU 17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines,
1982 et 1983
Janvier

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	Cumulative figures will appear here in subsequent issues.		
Edmonton			
Halifax-Dartmouth			
Hamilton			
Montréal			
Ottawa-Hull			
Quebec City - Ville de Québec			
Toronto			
Vancouver			
Winnipeg			

TABLE 18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983
January

TABLERAU 18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983
Janvier

Province	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	Cumulative figures will appear here in subsequent issues.		
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard			
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse			
New Brunswick - Nouveau-Brunswick			
Québec			
Ontario			
Manitoba			
Saskatchewan			
Alberta			
British Columbia - Colombie-Britannique			
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest			
CANADA	Les chiffres cumulatifs paraîtront ici dans les numéros ultérieurs.		

TABLE 19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983
January

TABLERAU 19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropoli-
taines, 1982 et 1983
Janvier

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982	1983	Variation 1983/1982
Certaines zones métropolitaines	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	Cumulative figures will appear here in subsequent issues.		
Edmonton			
Halifax-Dartmouth			
Hamilton			
Montréal			
Ottawa-Hull			
Quebec City - Ville de Québec			
Toronto			
Vancouver			
Winnipeg			
	Les chiffres cumulatifs paraîtront ici dans les numéros ultérieurs.		

TABLE 20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983
January

TABLEAU 20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983
Janvier

Province	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	Cumulative figures will appear here in subsequent issues. Les chiffres cumulatifs paraîtront ici dans les numéros ultérieurs.		
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard			
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse			
New Brunswick - Nouveau-Brunswick			
Québec			
Ontario			
Manitoba			
Saskatchewan			
Alberta			
British Columbia - Colombie-Britannique			
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest			
CANADA			

TABLE 21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983
January

TABLEAU 21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines,
1982 et 1983
Janvier

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	Cumulative figures will appear here in subsequent issues. Les chiffres cumulatifs paraîtront ici dans les numéros ultérieurs.		
Edmonton			
Halifax-Dartmouth			
Hamilton			
Montréal			
Ottawa-Hull			
Quebec City - Ville de Québec			
Toronto			
Vancouver			
Winnipeg			

TABLE 22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1981-1983

TABLEAU 22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1981-1983

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major Traditionnels		Junior Populaires	
	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution
	'000	%	'000	%	'000	%
1981:						
January - Janvier	643,821	100.0	442,269	68.7	201,552	31.3
February - Février	568,767	100.0	381,684	67.1	187,082	32.9
March - Mars	688,718	100.0	471,588	68.5	217,130	31.5
April - Avril	793,595	100.0	521,698	65.7	271,897	34.3
May - Mai	822,881	100.0	532,820	64.8	290,061	35.2
June - Juin	835,934	100.0	548,803	65.7	287,131	34.3
July - Juillet	757,743	100.0	485,895	64.1	271,848	35.9
August - Août	786,492	100.0	499,216	63.5	287,276	36.5
September - Septembre	848,390	100.0	575,366	67.8	273,024	32.2
October - Octobre	892,549	100.0	591,596	66.3	300,954	33.7
November - Novembre	1,036,498	100.0	686,067	66.2	350,430	33.8
December - Décembre	1,542,685	100.0	972,086	63.0	570,598	37.0
Year - Année	10,218,073	100.0	6,709,088	65.7	3,508,983	34.3
1982:						
January - Janvier	600,079	100.0	404,404	67.4	195,675	32.6
February - Février	577,906	100.0	386,451	66.9	191,455	33.1
March - Mars	694,447	100.0	467,207	67.3	227,240	32.7
April - Avril	791,728	100.0	506,180	63.9	285,547	36.1
May - Mai	811,119	100.0	504,670	62.2	306,449	37.8
June - Juin	790,742	100.0	498,570	63.1	292,172	36.9
July - Juillet	763,975	100.0	477,615	62.5	286,359	37.5
August - Août	775,460	100.0	480,451	62.0	295,010	38.0
September - Septembre	859,926	100.0	583,344	67.8	276,582	32.2
October - Octobre	859,089	100.0	562,694	65.5	296,395	34.5
November - Novembre	1,073,558	100.0	708,644	66.0	364,914	34.0
December - Décembre	1,608,323	100.0	1,009,315	62.8	599,009	37.2
Year - Année	10,206,352	100.0	6,589,545	64.6	3,616,807	35.4
1983:						
January - Janvier	623,426	100.0	416,073	66.7	207,353	33.3
February - Février						
March - Mars						
April - Avril						
May - Mai						
June - Juin						
July - Juillet						
August - Août						
September - Septembre						
October - Octobre						
November - Novembre						
December - Décembre						
Year - Année						

TABLE 23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981-1983
January

TABLERAU 23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1981-1983
Janvier

Province and Selected Metropolitan Areas	Distribution			Change 1983/1982
	1981 ^r	1982	1983	Variation 1983/1982
Province et certaines zones métropolitaines	per cent - pourcentage			
Newfoundland - Terre-Neuve	5.4	5.2	5.0	- 3.8
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	12.3	13.4	14.5	+ 8.2
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	6.2	6.5	7.0	+ 7.7
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	6.8	6.7	6.6	- 1.5
Québec	7.1	6.6	6.8	+ 3.0
Ontario	9.4	8.8	8.5	- 3.4
Manitoba	12.5	11.2	11.5	+ 2.7
Saskatchewan	6.5	5.7	6.5	+ 14.0
Alberta	12.6	12.4	11.9	- 4.0
British Columbia - Colombie-Britannique	14.2	13.0	13.2	+ 1.5
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11.3	9.9	10.0	+ 1.0
CANADA	9.6	9.0	9.0	-
Montréal	9.2	8.3	8.7	+ 4.8
Toronto	10.4	9.7	9.3	- 4.1
Winnipeg	17.8	15.6	15.7	+ 0.6
Vancouver	16.9	15.1	15.4	+ 2.0

TABLE 24. Department Store Monthly Stocks(1), by Department, Canada, 1982 and 1983

Department	1983		1982						
	January	January	February	March	April	May	June	July	
	Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	
No.	thousands of dollars								
	milliers de dollars								
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	36,432	45,563	46,324	49,956	61,422	53,996	44,779	50,075	
2 Women's and misses' coats and suits	36,868	28,018	36,932	37,386	35,287	31,781	34,347	53,829	
3 Women's and misses' sportswear	107,426	98,814	104,198	120,456	146,437	139,327	113,690	122,569	
4 Furs	17,836	18,433	17,186	16,269	16,249	16,435	17,921	16,901	
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	58,915	61,548	60,033	60,661	80,996	70,348	67,120	84,158	
6 Girls' and teenage girls' wear	31,258	35,182	39,073	44,171	54,035	49,388	43,281	56,772	
7 Lingerie and women's sleepwear	39,897	40,036	40,592	45,160	53,303	51,133	44,395	45,635	
8 Intimate apparel	33,424	32,235	28,340	29,431	33,805	32,265	29,431	30,072	
9 Millinery	2,102	1,705	1,194	1,029	1,228	1,319	1,142	1,151	
10 Women's and girls' hosiery	26,254	20,962	21,453	24,788	28,088	28,136	26,223	29,365	
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	39,618	34,682	38,123	41,945	49,058	45,061	36,849	41,291	
12 Women's, misses' and children's footwear	75,549	87,084	94,059	109,852	127,461	115,719	104,305	103,144	
13 Men's clothing	111,702	121,023	144,954	153,997	188,986	165,246	151,568	151,950	
14 Men's furnishings	119,160	115,358	119,780	128,539	156,904	149,582	132,185	146,369	
15 Boys' clothing and furnishings	37,083	35,239	37,910	37,033	43,855	38,244	34,101	51,118	
16 Men's and boys' footwear	62,415	67,699	68,641	76,775	89,539	88,004	80,766	77,195	
17 Food and kindred products	38,119	38,730	32,819	35,302	35,516	33,314	35,152	33,710	
18 Toiletries, cosmetics and drugs	193,004	168,715	136,298	145,774	176,578	171,034	167,698	168,487	
19 Photographic equipment and supplies	55,045	54,039	47,485	45,858	62,039	57,622	52,117	53,926	
20 Piece goods	23,618	26,758	27,466	31,482	32,886	31,183	31,091	31,686	
21 Linens and domestics	108,506	105,895	104,167	108,155	118,515	114,625	106,454	101,390	
22 Smallwares and notions	35,739	35,714	32,999	34,159	43,815	43,739	41,995	43,017	
23 China and glassware	84,102	79,696	84,356	87,916	89,585	94,417	88,675	91,333	
24 Floor coverings	48,316	59,308	53,602	56,326	65,293	61,679	62,160	58,862	
25 Draperies, curtains and furniture coverings	61,298	74,144	67,185	66,471	74,758	67,791	63,883	65,079	
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	43,617	44,908	43,607	45,553	55,147	51,384	50,536	50,871	
27 Furniture	181,679	203,525	197,657	199,513	228,763	213,091	196,515	195,498	
28 Major appliances	55,572	67,844	57,690	57,243	65,702	61,359	57,572	60,881	
29 Television, radio and music	134,764	119,077	113,348	121,728	143,899	135,821	134,059	128,410	
30 Housewares and small electrical appliances	170,418	128,912	117,029	123,454	150,298	142,848	141,682	139,901	
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	112,354	109,649	96,519	116,389	150,983	140,726	141,579	139,821	
32 Plumbing, heating and building materials	39,957	33,209	31,260	31,762	43,256	34,229	33,689	34,599	
33 Jewellery	117,632	112,886	113,175	119,253	133,470	128,962	119,789	118,055	
34 Toys and games	75,546	73,582	67,604	69,487	88,032	75,209	69,867	76,257	
35 Sporting goods and luggage	107,199	106,210	109,124	120,993	159,494	151,440	133,323	127,221	
36 Stationery, books and magazines	90,122	85,895	77,322	78,563	93,255	96,064	94,589	103,269	
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	52,060	45,833	44,780	41,673	55,367	51,576	47,686	47,899	
38 Meals and lunches	1,275	1,490	959	799	797	741	733	689	
39 Repairs and services	4,872	5,313	4,271	4,298	5,961	5,070	5,450	5,536	
40 All other departments	53,646	60,107	58,607	64,393	84,704	80,703	70,706	68,642	
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	2,724,419	2,685,020	2,618,121	2,783,992	3,324,766	3,120,611	2,909,103	3,006,633	

(1) At selling value.

TABLEAU 24. Stocks(1) mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1982					Change - Variation			
August	September	October	November	December	January/ December 1983/1982	January 1983/1982	Rayon	
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier/ décembre 1983/1982	Janvier 1983/1982		
thousands of dollars					per cent			N ^o
milliers de dollars					pourcentage			
42,110	43,071	53,378	50,583	38,190	- 4.6	- 20.0	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
56,166	68,444	65,591	51,973	39,832	- 7.4	+ 31.6	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
117,549	113,814	133,312	138,390	110,112	- 2.4	+ 8.7	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
18,268	17,581	22,888	20,370	19,495	- 8.5	- 3.2	Fourrures	4
70,317	70,793	83,445	72,788	69,427	- 15.1	- 4.3	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
47,476	51,846	50,839	52,016	34,210	- 8.6	- 11.2	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
46,172	46,201	59,670	64,812	41,906	- 4.8	- 0.3	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
29,858	26,010	33,061	32,089	31,873	+ 4.9	+ 3.7	Sous-vêtements	8
1,635	1,848	3,372	3,694	3,578	- 41.3	+ 23.3	Chapeaux	9
30,231	26,884	31,392	31,460	29,550	- 11.2	+ 25.2	Bas pour dames et fillettes	10
42,804	44,074	55,220	59,143	41,323	- 4.1	+ 14.2	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
100,597	98,004	108,974	96,642	92,278	- 18.1	- 13.2	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
183,318	161,417	185,703	179,391	161,055	- 30.6	- 7.7	Vêtements pour hommes	13
150,374	158,987	193,335	178,661	118,930	+ 0.2	+ 3.3	Articles d'habillement pour hommes	14
35,957	39,741	49,495	42,770	33,717	+ 10.0	+ 5.2	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
75,379	65,322	77,049	76,019	70,627	- 11.6	- 7.8	Chaussures pour hommes et garçons	16
28,550	32,625	36,602	44,883	34,784	+ 9.6	- 1.6	Produits alimentaires et connexes	17
155,273	147,727	193,810	215,213	167,330	+ 15.3	+ 14.4	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
54,882	50,093	68,055	62,582	48,245	+ 14.1	+ 1.9	Appareils et fournitures photographiques	19
28,807	23,323	30,134	25,919	28,347	- 16.7	- 11.7	Tissus à la pièce	20
89,195	84,877	97,554	113,664	121,003	- 10.3	+ 2.5	Literie et linge de maison	21
38,498	35,601	37,224	35,317	45,140	- 20.8	+ 0.1	Menus articles	22
91,100	86,412	90,829	101,825	105,647	- 20.4	+ 5.5	Porcelaine et verrerie	23
56,431	52,391	54,495	48,233	55,797	- 13.4	- 18.5	Revêtements de plancher	24
58,907	56,455	65,430	62,564	67,395	- 9.0	- 17.3	Tentures, rideaux et housses	25
51,391	48,686	59,593	56,245	45,733	- 4.6	- 2.9	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
182,060	170,103	189,140	186,938	222,415	- 18.3	- 10.7	Meubles	27
60,058	56,391	56,496	58,730	63,256	- 12.1	- 18.1	Gros appareils ménagers	28
123,865	114,089	147,043	154,860	152,313	- 11.5	+ 13.2	Télévision, radio et musique	29
134,717	134,389	147,871	177,982	154,096	+ 10.6	+ 32.2	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
138,091	121,437	140,444	127,452	130,096	- 13.6	+ 2.5	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
33,449	33,790	35,081	39,492	49,424	- 19.2	+ 20.3	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
114,060	107,078	134,856	150,622	115,677	+ 1.7	+ 4.2	Bijouterie	33
93,439	109,250	144,072	117,276	59,113	+ 27.8	+ 2.7	Jouets et jeux	34
116,701	119,695	158,701	142,586	121,917	- 12.1	+ 0.9	Articles de sport et valises	35
97,943	90,186	105,128	112,947	83,031	+ 8.5	+ 4.9	Papeterie, livres et revues	36
49,536	50,783	56,150	52,299	62,949	- 17.3	+ 13.6	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
640	861	821	896	1,011	+ 26.1	- 14.4	Repas et casse-croûtes	38
5,625	4,799	5,691	6,165	5,841	- 16.6	- 8.3	Services et travaux de réparation	39
60,030	61,375	76,189	79,225	62,301	- 13.9	- 10.7	Tous autres rayons	40
2,911,459	2,826,453	3,338,133	3,324,716	2,938,964	- 7.3	+ 1.5	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

(1) Valeur de vente.

TABLE 25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983(1)

		1983	1982					
		January	January	February	March	April	May	June
Department		Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	40,534	50,757	46,815	46,740	51,023	48,544	52,300
2	Women's and misses' coats and suits	52,022	39,366	43,467	43,721	44,980	47,470	50,274
3	Women's and misses' sportswear	129,554	119,224	112,137	116,281	123,492	121,672	122,090
4	Furs	18,237	18,866	19,567	20,677	18,994	18,939	21,717
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	70,701	73,823	69,843	68,204	74,084	68,239	74,379
6	Girls' and teenage girls' wear	42,298	47,493	44,100	46,861	49,419	45,844	48,299
7	Lingerie and women's sleepwear	50,967	51,292	48,741	47,738	47,605	46,573	49,153
8	Intimate apparel	33,109	31,930	29,542	31,003	33,328	30,081	32,147
9	Millinery
10	Women's and girls' hosiery	29,000	23,207	23,237	25,486	26,077	25,846	28,049
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	46,659	40,955	42,013	44,195	45,593	43,449	42,190
12	Women's, misses' and children's footwear	92,122	106,011	103,471	107,973	113,027	107,516	107,586
13	Men's clothing	146,860	158,767	157,506	164,036	186,450	162,356	185,020
14	Men's furnishings	142,186	137,525	135,833	138,587	145,605	137,483	148,756
15	Boys' clothing and furnishings	42,940	40,752	39,215	41,902	42,949	39,937	38,264
16	Men's and boys' footwear	77,179	83,509	80,746	76,530	79,946	78,240	85,232
17	Food and kindred products
18	Toiletries, cosmetics and drugs	191,093	167,305	160,371	160,668	166,929	163,497	181,256
19	Photographic equipment and supplies	55,629	54,544	53,116	53,348	60,414	55,204	60,272
20	Piece goods	26,193	29,644	27,755	31,347	30,804	29,915	32,172
21	Linens and domestics	119,539	116,706	106,351	110,531	108,055	101,889	103,575
22	Smallwares and notions	40,315	40,307	38,107	37,158	40,197	38,263	39,306
23	China and glassware	94,656	89,870	94,516	92,974	88,018	90,093	92,572
24	Floor coverings	48,637	59,724	56,610	58,765	63,688	59,017	60,268
25	Draperies, curtains and furniture coverings	64,133	77,555	67,538	67,834	69,516	62,251	65,602
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	49,576	51,070	48,428	47,501	54,225	46,468	50,551
27	Furniture	191,786	215,180	204,819	198,303	207,044	191,957	192,210
28	Major appliances	56,390	68,637	55,197	55,147	60,818	58,796	60,247
29	Television, radio and music	142,517	126,026	124,398	124,785	134,901	130,723	138,505
30	Housewares and small electrical appliances	186,270	141,033	129,060	126,257	136,834	131,839	143,971
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.
32	Plumbing, heating and building materials
33	Jewellery	130,775	125,575	121,003	123,094	124,390	120,943	128,377
34	Toys and games	88,794	86,589	84,958	84,813	92,074	82,367	86,501
35	Sporting goods and luggage	144,027	142,735	131,218	128,880	139,381	129,902	137,602
36	Stationery, books and magazines	101,079	96,445	92,222	90,333	93,022	89,487	98,530
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies
38	Meals and lunches
39	Repairs and services
40	All other departments
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,071,498	3,027,526	2,882,407	2,920,680	3,131,549	2,930,977	3,109,013

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1982 et 1983(1)

1983						Change - Variation		Rayon	N°
July	August	September	October	November	December	January/ December 1983/1982			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier/ décembre 1983/1982			
Thousands of dollars						per cent			
milliers de dollars						pourcentage			
54,607	48,060	51,135	45,251	43,764	42,372	- 4.3		Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
42,422	42,518	51,250	43,044	42,327	51,710	+ 0.6		Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
120,627	118,330	131,319	117,902	121,256	138,297	- 6.3		Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
18,138	16,685	15,205	17,436	16,462	18,120	+ 0.6		Fourrures	4
68,639	66,588	74,527	70,471	67,166	77,763	- 9.1		Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
46,246	43,066	52,630	42,554	45,761	47,494	- 10.9		Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
48,579	45,974	50,169	44,707	48,245	54,051	- 5.7		Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
30,853	29,951	31,228	30,550	27,043	31,648	+ 4.6		Sous-vêtements	8
***	***	***	***	***	***	***		Chapeaux	9
28,786	26,867	29,039	28,816	29,181	34,340	- 15.6		Bas pour dames et fillettes	10
43,542	44,536	49,333	41,660	43,924	49,560	- 5.9		Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
97,785	91,844	105,619	98,423	97,470	102,134	- 9.8		Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
157,788	157,856	162,801	144,753	147,102	176,654	- 16.9		Vêtements pour hommes	13
146,179	147,166	161,408	145,584	147,898	157,732	- 9.9		Articles d'habillement pour hommes	14
41,603	36,516	40,656	37,840	38,514	41,755	+ 2.8		Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
75,615	72,355	70,848	63,415	71,406	80,140	- 3.7		Chaussures pour hommes et garçons	16
***	***	***	***	***	***	***		Produits alimentaires et connexes	17
174,093	174,190	170,310	153,854	162,560	187,191	+ 2.1		Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
55,537	58,988	58,059	50,512	47,232	54,638	+ 1.8		Appareils et fournitures photographiques	19
31,276	28,096	25,746	27,786	25,559	28,758	- 8.9		Tissus à la pièce	20
103,787	95,477	103,307	91,746	104,279	121,112	- 1.3		Literie et linge de maison	21
38,852	37,522	39,685	36,171	36,997	44,574	- 9.6		Menus articles	22
92,377	91,890	94,750	82,243	86,439	98,148	- 3.6		Porcelaine et verrerie	23
57,793	55,401	59,814	52,591	50,097	51,364	- 5.3		Revêtements de plancher	24
63,991	60,879	66,145	61,738	61,914	65,873	- 2.6		Tentures, rideaux et housses	25
49,587	49,362	53,197	49,352	50,196	55,260	- 10.3		Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
197,154	193,372	205,389	191,224	188,104	202,030	- 5.1		Meubles	27
63,971	67,809	70,498	54,654	54,079	57,953	- 2.7		Gros appareils ménagers	28
135,539	131,408	132,292	132,495	129,873	146,511	- 2.7		Télévision, radio et musique	29
140,618	137,931	148,152	130,329	154,646	177,163	+ 5.1		Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
***	***	***	***	***	***	***		Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
***	***	***	***	***	***	***		Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
123,398	117,334	123,689	114,236	120,914	127,834	+ 2.3		Bijouterie	33
87,682	87,498	87,491	81,641	86,942	105,975	- 16.2		Jouets et jeux	34
129,395	120,472	123,959	121,535	126,395	142,576	+ 1.0		Articles de sport et valises	35
97,728	92,303	93,709	84,109	91,219	104,206	- 3.0		Papeterie, livres et revues	36
***	***	***	***	***	***	***		Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
***	***	***	***	***	***	***		Repas et casse-croûtes	38
***	***	***	***	***	***	***		Services et travaux de réparation	39
***	***	***	***	***	***	***		Tous autres rayons	40
2,966,584	2,901,594	3,070,229	2,816,515	2,906,728	3,182,419	- 3.5		TOTAL, TOUTS RAYONS	41

(1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 26. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1982 and 1983

No.	Department	1983		1982				
		January	January	February	March	April	May	June
		Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	4.55	5.58	4.41	3.63	3.51	2.58	2.53
2	Women's and misses' coats and suits	3.44	2.69	3.70	2.62	2.44	4.39	6.23
3	Women's and misses' sportswear	3.82	3.93	3.58	3.05	3.18	2.73	2.60
4	Furs	3.92	4.40	5.06	5.53	23.82	28.14	29.87
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.53	3.99	3.92	3.12	3.37	3.24	3.36
6	Girls' and teenage girls' wear	3.84	4.72	3.93	2.90	3.19	3.16	3.13
7	Lingerie and women's sleepwear	3.91	4.47	3.95	3.66	3.53	3.16	2.97
8	Intimate apparel	4.58	4.84	4.28	3.47	3.44	3.23	3.01
9	Millinery	1.68	1.25	1.34	1.13	1.06	1.36	1.29
10	Women's and girls' hosiery	3.25	2.78	3.21	2.85	2.73	3.04	3.19
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4.68	4.28	4.86	3.93	3.83	3.61	3.42
12	Women's, misses' and children's footwear	5.74	6.72	7.87	5.66	5.12	4.66	4.75
13	Men's clothing	5.39	5.40	6.91	4.84	5.75	5.17	4.35
14	Men's furnishings	5.29	5.41	5.85	4.85	5.11	4.66	3.19
15	Boys' clothing and furnishings	5.75	5.83	6.24	4.04	3.63	3.58	3.42
16	Men's and boys' footwear	7.04	7.29	8.71	6.60	5.58	5.56	5.33
17	Food and kindred products	0.80	0.80	0.58	0.70	0.59	0.58	0.71
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5.17	5.04	4.06	3.82	4.28	4.25	4.15
19	Photographic equipment and supplies	5.94	5.98	5.97	4.67	5.54	5.22	3.81
20	Piece goods	6.83	6.92	7.14	6.40	6.91	6.84	7.74
21	Linens and domestics	3.83	4.47	7.16	5.95	5.97	5.50	4.30
22	Smallwares and notions	3.96	4.11	4.66	4.62	5.65	6.93	6.47
23	China and glassware	11.17	10.89	11.27	9.22	8.95	8.74	9.33
24	Floor coverings	5.14	6.55	5.56	4.76	5.50	5.46	5.38
25	Draperies, curtains and furniture coverings	5.97	7.78	7.21	4.87	5.00	4.64	4.03
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6.46	7.39	7.81	6.47	8.11	7.21	7.12
27	Furniture	4.74	5.42	6.34	5.58	6.25	5.27	4.99
28	Major appliances	1.65	1.92	2.09	1.82	2.07	1.89	1.62
29	Television, radio and music	3.83	4.29	4.83	4.19	5.10	5.43	4.88
30	Housewares and small electrical appliances	6.69	5.63	4.64	5.11	5.09	4.46	4.57
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	6.34	5.18	4.76	5.66	5.74	3.94	4.60
32	Plumbing, heating and building materials	5.54	5.30	4.88	4.30	4.05	2.66	3.06
33	Jewellery	12.26	11.68	10.02	7.74	7.90	7.18	6.87
34	Toys and games	9.39	10.64	8.64	7.15	6.26	6.38	5.68
35	Sporting goods and luggage	5.93	5.34	6.79	5.76	5.67	4.32	3.67
36	Stationery, books and magazines	4.68	4.92	4.26	4.25	4.62	4.89	4.60
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	4.09	2.84	3.51	2.74	3.05	2.90	2.64
38	Meals and lunches	0.07	0.08	0.05	0.04	0.04	0.04	0.04
39	Repairs and services	0.63	0.83	0.68	0.56	0.76	0.69	0.76
40	All other departments	2.61	3.02	2.97	2.85	2.82	2.11	2.23
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.25	4.37	4.42	3.94	4.16	3.77	3.62

TABLEAU 26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1982						Rayon	N°
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
3.24	2.87	2.66	3.51	2.79	1.65	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
7.86	3.32	3.89	2.86	2.08	1.81	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
2.90	2.68	1.99	3.02	2.68	1.60	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
9.70	10.47	6.58	5.52	3.44	3.09	Fourrures	4
4.09	2.78	2.89	3.33	2.68	1.87	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
4.30	2.07	2.83	3.39	2.65	1.29	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
2.97	3.54	2.74	3.53	2.59	0.91	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3.23	3.20	2.44	3.71	3.03	2.21	Sous-vêtements	8
1.23	1.68	1.17	1.58	1.06	0.80	Chapeaux	9
4.27	3.70	2.13	2.66	2.41	1.63	Bas pour dames et fillettes	10
4.36	4.06	2.82	3.58	2.63	1.15	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
5.88	4.62	3.48	4.17	3.12	2.97	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
6.10	6.55	4.18	5.14	3.54	2.43	Vêtements pour hommes	13
4.66	4.68	4.00	5.09	3.09	1.08	Articles d'habillement pour hommes	14
5.73	2.01	3.33	4.28	2.91	1.40	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
6.65	5.67	3.90	5.05	3.69	2.90	Chaussures pour hommes et garçons	16
0.66	0.50	0.66	0.67	0.66	0.43	Produits alimentaires et connexes	17
4.14	3.84	3.54	4.22	3.81	1.52	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
3.93	4.15	3.93	5.60	4.00	1.48	Appareils et fournitures photographiques	19
8.83	6.50	4.25	5.47	4.66	6.09	Tissus à la pièce	20
3.82	3.65	3.00	3.81	4.08	2.76	Literie et linge de maison	21
6.27	5.13	3.36	3.79	3.22	3.58	Menus articles	22
9.13	9.89	6.96	8.44	6.19	3.03	Porcelaine et verrerie	23
5.03	5.43	4.53	3.93	3.42	4.79	Revêtements de plancher	24
4.29	4.48	4.20	4.54	3.83	3.67	Tentures, rideaux et housses	25
6.66	7.13	5.72	6.69	4.42	2.17	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
4.48	5.14	4.44	4.83	4.62	5.28	Meubles	27
1.47	1.86	1.47	1.39	1.37	1.45	Gros appareils ménagers	28
4.24	4.03	2.66	3.89	3.05	1.90	Télévision, radio et musique	29
4.30	4.43	4.21	4.17	4.14	1.93	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
5.22	6.02	5.24	5.03	4.94	3.66	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
2.94	3.78	3.57	3.45	3.82	4.04	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
7.07	7.18	5.01	7.50	5.38	1.76	Bijouterie	33
5.67	7.66	8.83	6.90	2.64	0.73	Jouets et jeux	34
4.00	4.91	5.10	7.67	5.14	2.39	Articles de sport et valises	35
5.18	3.54	3.30	4.70	3.43	1.22	Papeterie, livres et revues	36
2.60	3.10	3.33	2.87	2.35	2.77	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
0.04	0.03	0.04	0.04	0.04	0.03	Repas et casse-croûtes	38
0.85	0.83	0.65	0.63	0.52	0.43	Services et travaux de réparation	39
2.46	2.35	2.42	2.81	2.76	1.23	Tous autres rayons	40
3.83	3.65	3.23	3.81	3.06	1.80	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

TABLE 27. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, Canada, 1982 and 1983

Department	1983		1982				
	January	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.							
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.21	0.18	0.23	0.29	0.32	0.36	0.36
2 Women's and misses' coats and suits	0.28	0.33	0.31	0.38	0.40	0.22	0.17
3 Women's and misses' sportswear	0.26	0.26	0.29	0.35	0.34	0.36	0.35
4 Furs	0.24	0.21	0.19	0.18	0.04	0.04	0.03
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	0.26	0.24	0.25	0.32	0.34	0.29	0.29
6 Girls' and teenage girls' wear	0.25	0.21	0.27	0.37	0.34	0.30	0.30
7 Lingerie and women's sleepwear	0.25	0.22	0.25	0.29	0.31	0.31	0.31
8 Intimate apparel	0.22	0.21	0.22	0.29	0.31	0.30	0.32
9 Millinery	0.44	0.56	0.62	0.82	1.03	0.76	0.72
10 Women's and girls' hosiery	0.29	0.36	0.32	0.38	0.39	0.33	0.30
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.21	0.23	0.22	0.27	0.28	0.26	0.26
12 Women's, misses' and children's footwear	0.16	0.14	0.13	0.19	0.21	0.20	0.20
13 Men's clothing	0.15	0.16	0.16	0.21	0.19	0.18	0.22
14 Men's furnishings	0.19	0.19	0.17	0.21	0.21	0.21	0.29
15 Boys' clothing and furnishings	0.18	0.17	0.17	0.24	0.30	0.26	0.28
16 Men's and boys' footwear	0.13	0.13	0.12	0.16	0.19	0.18	0.18
17 Food and kindred products	1.30	1.50	1.57	1.49	1.69	1.68	1.45
18 Toiletries, cosmetics and drugs	0.21	0.21	0.22	0.27	0.26	0.23	0.24
19 Photographic equipment and supplies	0.18	0.18	0.16	0.21	0.21	0.18	0.25
20 Piece goods	0.13	0.13	0.14	0.17	0.15	0.14	0.13
21 Linens and domestics	0.25	0.21	0.14	0.17	0.18	0.18	0.22
22 Smallwares and notions	0.22	0.22	0.21	0.22	0.20	0.14	0.15
23 China and glassware	0.08	0.08	0.09	0.11	0.11	0.12	0.10
24 Floor coverings	0.18	0.14	0.17	0.22	0.20	0.18	0.19
25 Draperies, curtains and furniture coverings	0.16	0.13	0.13	0.20	0.21	0.20	0.24
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.15	0.14	0.13	0.16	0.14	0.13	0.14
27 Furniture	0.19	0.17	0.16	0.18	0.17	0.18	0.19
28 Major appliances	0.57	0.47	0.44	0.55	0.52	0.51	0.60
29 Television, radio and music	0.24	0.22	0.20	0.25	0.21	0.18	0.20
30 Housewares and small electrical appliances	0.16	0.18	0.21	0.20	0.22	0.22	0.22
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	0.15	0.18	0.20	0.19	0.20	0.24	0.22
32 Plumbing, heating and building materials	0.16	0.19	0.20	0.23	0.28	0.33	0.32
33 Jewellery	0.08	0.09	0.10	0.13	0.13	0.14	0.14
34 Toys and games	0.12	0.11	0.11	0.14	0.18	0.14	0.17
35 Sporting goods and luggage	0.16	0.17	0.15	0.18	0.20	0.23	0.26
36 Stationery, books and magazines	0.22	0.22	0.22	0.24	0.23	0.21	0.22
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.22	0.35	0.28	0.35	0.37	0.33	0.36
38 Meals and lunches	15.77	12.92	15.04	22.85	24.53	24.74	26.63
39 Repairs and services	1.45	1.31	1.32	1.81	1.53	1.33	1.56
40 All other departments	0.35	0.29	0.33	0.37	0.40	0.46	0.42
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.22	0.22	0.22	0.26	0.26	0.25	0.26

TABLEAU 27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1982							Rayon	N°
July	August	September	October	November	December			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
0.33	0.32	0.38	0.32	0.35	0.52	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1	
0.16	0.31	0.28	0.34	0.43	0.48	Formes pour dames et jeunes filles	2	
0.36	0.36	0.49	0.36	0.38	0.55	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	3	
0.10	0.10	0.15	0.20	0.27	0.32	filles	4	
0.27	0.33	0.35	0.33	0.35	0.52	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	5	
						Fourrures		
						Vêtements pour bébés et enfants et articles		
						de chambres d'enfants		
0.26	0.44	0.37	0.29	0.38	0.62	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6	
0.34	0.28	0.36	0.32	0.40	0.86	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
0.31	0.31	0.38	0.30	0.33	0.45	Sous-vêtements	8	
0.82	0.70	0.91	0.82	0.99	1.22	Chapeaux	9	
0.25	0.27	0.44	0.40	0.42	0.59	Bas pour dames et fillettes	10	
0.24	0.25	0.36	0.31	0.39	0.72	Gants, moufles et articles de parure pour	11	
0.17	0.21	0.28	0.25	0.30	0.33	dames et fillettes	12	
0.16	0.17	0.22	0.21	0.28	0.39	Chaussures pour dames, jeunes filles et	13	
0.23	0.22	0.26	0.22	0.31	0.74	enfants	14	
0.21	0.41	0.32	0.26	0.32	0.63	Vêtements pour hommes	15	
						Articles d'habillement pour hommes		
						Vêtements et articles d'habillement pour		
						garçons		
0.15	0.17	0.24	0.21	0.27	0.33	Chaussures pour hommes et garçons	16	
1.47	1.82	1.61	1.58	1.66	2.04	Produits alimentaires et connexes	17	
0.24	0.25	0.28	0.27	0.28	0.58	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18	
						caments		
0.26	0.24	0.24	0.21	0.24	0.59	Appareils et fournitures photographiques	19	
0.11	0.15	0.21	0.21	0.20	0.17	Tissus à la pièce	20	
0.26	0.26	0.33	0.28	0.26	0.37	Literie et linge de maison	21	
0.16	0.18	0.29	0.27	0.30	0.31	Menus articles	22	
0.11	0.10	0.14	0.12	0.17	0.34	Porcelaine et verrerie	23	
0.19	0.18	0.21	0.26	0.27	0.22	Revêtements de plancher	24	
0.24	0.21	0.23	0.24	0.26	0.28	Tentures, rideaux et housses	25	
0.15	0.14	0.17	0.16	0.22	0.41	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26	
						d'ameublement pour la maison		
0.22	0.19	0.22	0.22	0.22	0.21	Meubles	27	
0.70	0.53	0.66	0.72	0.74	0.71	Gros appareils ménagers	28	
0.23	0.24	0.36	0.29	0.34	0.52	Télévision, radio et musique	29	
0.23	0.22	0.24	0.25	0.26	0.48	Articles de ménage et petits appareils élec-	30	
						triques		
0.19	0.17	0.18	0.21	0.19	0.28	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31	
						etc.		
0.34	0.26	0.28	0.30	0.28	0.28	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32	
						truction		
0.14	0.14	0.19	0.15	0.20	0.49	Bijouterie	33	
0.18	0.14	0.12	0.16	0.34	0.92	Jouets et jeux	34	
0.24	0.19	0.20	0.15	0.18	0.39	Articles de sport et valises	35	
0.20	0.28	0.29	0.23	0.30	0.70	Papeterie, livres et revues	36	
0.39	0.33	0.30	0.37	0.41	0.39	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37	
						réparation et fournitures		
27.61	29.55	26.63	23.80	27.90	33.98	Repas et casse-croûtes	38	
1.18	1.22	1.42	1.72	2.01	2.24	Services et travaux de réparation	39	
0.40	0.40	0.42	0.39	0.37	0.72	Tous autres rayons	40	
0.26	2.62	0.30	0.28	0.32	0.51	TOTAL, TOUS RAYONS	41	

TABLE 28. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Unadjusted, Canada, 1981-1983

TABLERAU 28. Montants à recevoir(1), non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983

Month	1981	1982	1983	Change from previous month	Change 1983/1982
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1983/1982
	thousands of dollars			per cent	
	milliers de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,554,350	1,624,889	1,644,028	- 6.3	+ 1.2
February - Février	1,488,706	1,554,529			
March - Mars	1,476,287	1,537,740			
April - Avril	1,483,717	1,536,243			
May - Mai	1,493,281	1,527,443			
June - Juin	1,501,535	1,505,203			
July - Juillet	1,523,351	1,477,266			
August - Août	1,512,048	1,476,402			
September - Septembre	1,537,138	1,536,070			
October - Octobre	1,550,904	1,554,259			
November - Novembre	1,622,633	1,613,782			
December - Décembre	1,788,145	1,755,331 ^r			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 29. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983

TABLERAU 29. Montants à recevoir(1), désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983

Month	1981	1982	1983	Change from previous month	Change 1983/1982
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1983/1982
	millions of dollars			per cent	
	millions de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,470.0	1,538.0	1,553.5	+ 1.3	+ 1.0
February - Février	1,480.0	1,532.2			
March - Mars	1,499.0	1,563.1			
April - Avril	1,515.0	1,573.7			
May - Mai	1,537.0	1,569.7			
June - Juin	1,563.0	1,568.9			
July - Juillet	1,615.0	1,566.6			
August - Août	1,595.0	1,557.7			
September - Septembre	1,581.0	1,579.2			
October - Octobre	1,565.0	1,567.9			
November - Novembre	1,570.0	1,563.1			
December - Décembre	1,563.0	1,534.1			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

Department Store Sales and
Stocks, MCD, Seasonal
and Trading Day Factors

Ventes et stocks des grands
magasins MDC et coefficients de
corrections des variations
saisonnnières et des jours
commerciaux

TABLE 30. Department Store Sales, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1982 and 1983

No.	Department	1982						
		MCD	March	April	May	June	July	August
		MDC	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5	86.83	110.01	128.82	115.40	98.71	91.77
2	Women's and misses' coats and suits	6	103.83	98.45	53.75	41.36	47.82	105.31
3	Women's and misses' sportswear	3	88.53	99.35	107.84	98.52	90.23	96.08
4	Furs	12	67.11	26.19	18.47	17.20	47.90	91.86
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	5	85.38	101.02	91.01	87.87	91.36	104.29
6	Girls' and teenage girls' wear	4	91.29	100.97	90.84	87.19	82.53	139.25
7	Lingerie and women's sleepwear	3	73.67	84.09	96.04	88.99	91.88	72.45
8	Intimate apparel	4	93.23	107.40	106.68	112.14	103.39	95.30
9	Millinery	12	57.58	73.52	63.94	60.82	62.19	60.53
10	Women's and girls' hosiery	3	92.17	106.67	97.57	84.53	72.78	81.11
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4	77.06	86.97	89.53	82.70	69.94	74.52
12	Women's, misses' and children's footwear	6	90.00	109.69	104.36	95.02	78.24	97.90
13	Men's clothing	4	92.79	92.57	86.66	95.80	72.81	81.88
14	Men's furnishings	5	69.39	78.14	78.57	103.77	77.70	72.97
15	Boys' clothing and furnishings	6	84.89	98.19	85.90	79.36	78.95	138.31
16	Men's and boys' footwear	5	85.36	111.00	98.91	103.21	85.19	91.11
17	Food and kindred products	7	93.42	106.15	102.06	88.64	89.54	99.67
18	Toiletries, cosmetics and drugs	3	84.09	91.02	91.00	87.50	89.74	85.29
19	Photographic equipment and supplies	4	72.92	81.65	84.71	98.57	103.16	96.08
20	Piece goods	5	109.03	107.95	104.36	91.00	77.75	90.03
21	Linens and domestics	3	77.07	84.43	89.52	93.71	111.85	95.69
22	Smallwares and notions	4	91.75	93.39	77.68	76.88	84.82	83.84
23	China and glassware	4	73.31	77.63	87.93	84.33	83.31	76.93
24	Floor coverings	5	98.16	98.84	100.15	95.78	102.81	91.04
25	Draperies, curtains and furniture coverings	3	92.69	107.71	101.49	105.86	112.96	93.62
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	83.01	87.59	82.20	80.27	88.88	83.16
27	Furniture	4	94.45	91.17	105.50	100.66	122.83	96.66
28	Major appliances	5	89.95	90.03	101.35	101.15	122.44	101.32
29	Television, radio and music	4	85.20	77.82	75.03	72.82	86.17	87.75
30	Housewares and small electrical appliances	3	75.48	86.01	96.50	89.54	98.55	88.09
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	4	79.73	106.64	121.03	112.69	100.89	89.25
32	Plumbing, heating and building materials	7	85.08	111.89	120.16	126.52	110.00	94.72
33	Jewellery	3	69.88	80.23	87.84	84.76	76.37	73.86
34	Toys and games	4	49.44	66.82	60.34	57.13	66.15	57.84
35	Sporting goods and luggage	3	70.99	102.38	113.79	120.15	115.12	84.05
36	Stationery, books and magazines	4	75.61	79.20	81.52	80.97	75.68	103.11
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5	86.03	106.75	97.40	101.78	101.19	91.68
38	Meals and lunches	3	95.51	95.34	94.92	96.64	98.83	98.22
39	Repairs and services	7	92.90	91.50	92.77	100.34	91.76	89.32
40	All other departments	4	84.56	114.27	134.63	110.37	101.48	88.13
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3	84.43	93.93	95.37	93.70	91.90	91.23

TABLEAU 30. Ventes des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1982 et 1983

1982				1983		Rayon	N°
September	October	November	December	January	February		
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février		
102.23	95.41	105.80	142.27	56.53	65.80	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-formes pour dames et jeunes filles	1
131.00	163.41	149.76	159.25	72.75	68.40	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
124.99	103.27	116.94	151.12	58.72	63.76	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
103.49	127.36	172.25	245.52	169.10	116.20	Fourrures	4
111.10	113.19	116.66	161.72	67.80	67.55	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
117.06	98.74	120.71	159.57	50.35	61.21	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
92.29	91.96	141.57	259.37	53.38	58.54	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
105.10	89.96	98.17	141.17	76.05	70.02	Sous-vêtements	8
91.00	141.75	202.05	256.36	79.41	55.47	Chapeaux	9
115.89	112.55	117.83	165.37	80.51	72.52	Bas pour dames et fillettes	10
106.35	104.55	149.28	245.83	57.41	57.34	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
126.98	121.15	124.33	136.25	59.65	55.15	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
110.93	110.20	143.18	191.80	63.06	59.12	Vêtements pour hommes	13
93.20	94.59	151.55	269.67	57.18	54.24	Articles d'habillement pour hommes	14
107.17	100.88	120.69	198.55	53.57	53.93	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
113.50	110.09	122.42	160.69	60.55	58.37	Chaussures pour hommes et garçons	16
88.19	95.06	117.44	142.20	82.08	97.09	Produits alimentaires et connexes	17
89.68	93.59	114.19	224.08	75.50	75.10	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
92.89	87.22	114.47	241.33	69.31	59.14	Appareils et fournitures photographiques	19
116.23	117.64	117.79	96.86	83.93	85.61	Tissus à la pièce	20
112.17	100.26	108.72	164.14	101.01	61.84	Literie et linge de maison	21
117.31	114.10	118.97	150.20	105.59	84.66	Menus articles	22
96.62	83.10	139.69	273.96	65.75	59.59	Porcelaine et verrerie	23
104.82	118.30	122.66	105.36	80.48	82.08	Revêtements de plancher	24
105.31	107.69	111.15	118.67	74.32	67.99	Tentures, rideaux et housses	25
99.71	96.49	137.56	222.19	74.01	66.09	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
106.94	99.15	102.82	100.25	104.55	74.63	Meubles	27
110.97	105.24	100.59	112.18	94.64	70.27	Gros appareils ménagers	28
111.39	104.45	130.92	212.18	87.02	69.99	Télévision, radio et musique	29
93.14	89.86	123.18	223.38	67.32	71.11	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
96.92	107.06	105.55	142.46	70.71	67.01	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
100.05	112.13	98.78	100.63	67.44	69.59	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
99.87	80.88	139.35	311.73	46.83	52.35	Bijouterie	33
60.09	100.24	231.65	383.77	34.02	37.83	Jouets et jeux	34
83.44	79.40	109.20	194.64	72.58	56.73	Articles de sport et valises	35
107.65	87.32	126.37	241.57	75.00	68.82	Papeterie, livres et revues	36
90.76	119.96	124.13	137.57	73.07	68.10	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
97.16	100.49	111.65	146.87	84.22	79.92	Repas et casse-croûtes	38
98.75	110.93	136.45	132.29	83.97	78.66	Services et travaux de réparation	39
82.55	90.61	96.46	161.17	68.14	67.59	Tous autres rayons	40
101.89	101.31	123.87	182.98	72.42	67.48	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 31. Department Store Stocks, MCD and Seasonal Factors, 1982 and 1983

No.	Department	1982						
		MCD	March	April	May	June	July	August
		MDC	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	4	106.88	120.38	111.23	85.62	91.70	87.62
2	Women's and misses' coats and suits	4	85.51	78.45	66.95	68.32	126.89	132.10
3	Women's and misses' sportswear	3	103.59	118.58	114.51	93.12	101.61	99.34
4	Furs	5	78.68	85.55	86.78	82.52	93.18	109.49
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	4	88.94	109.33	103.09	90.24	122.61	105.60
6	Girls' and teenage girls' wear	3	94.26	109.34	107.73	89.61	122.76	110.24
7	Lingerie and women's sleepwear	4	94.60	111.97	109.79	90.32	93.94	100.43
8	Intimate apparel	3	94.93	101.43	107.26	91.55	97.47	99.69
9	Millinery
10	Women's and girls' hosiery	4	97.26	107.71	108.86	93.49	102.01	112.52
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	3	94.91	107.60	103.71	87.34	94.83	96.11
12	Women's, misses' and children's footwear	3	101.74	112.77	107.63	96.95	105.48	109.53
13	Men's clothing	3	93.88	101.36	101.78	81.92	96.30	116.13
14	Men's furnishings	4	92.75	107.76	108.80	88.86	100.13	102.18
15	Boys' clothing and furnishings	4	88.38	102.11	95.76	89.12	122.87	98.47
16	Men's and boys' footwear	4	100.32	112.00	112.48	94.76	102.09	104.18
17	Food and kindred products
18	Toiletries, cosmetics and drugs	3	90.73	105.78	104.61	92.52	96.78	89.14
19	Photographic equipment and supplies	4	85.96	102.69	104.38	86.47	97.10	93.04
20	Piece goods	4	100.43	106.76	104.24	96.64	101.31	102.53
21	Linens and domestics	3	97.85	109.68	112.50	102.78	97.69	93.42
22	Smallwares and notions	4	91.93	109.00	114.31	106.84	110.72	102.60
23	China and glassware	3	94.56	101.78	104.80	95.79	98.87	99.14
24	Floor coverings	3	95.85	102.52	104.51	103.14	101.85	101.86
25	Draperies, curtains and furniture coverings	3	97.99	107.54	108.90	97.38	101.70	96.76
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	95.90	101.70	110.58	99.97	102.59	104.11
27	Furniture	3	100.61	110.49	111.01	102.24	99.16	94.15
28	Major appliances	4	103.80	108.03	104.36	95.56	95.17	88.57
29	Television, radio and music	3	97.55	106.67	103.90	96.79	94.74	94.26
30	Housewares and small electrical appliances	3	97.78	109.84	108.35	98.41	99.49	97.67
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.
32	Plumbing, heating and building materials
33	Jewellery	3	96.88	107.30	106.63	93.31	95.67	97.21
34	Toys and games	4	81.93	95.61	91.31	80.77	86.97	106.79
35	Sporting goods and luggage	4	93.88	114.43	116.58	96.89	98.32	96.87
36	Stationery, books and magazines	4	86.97	100.25	107.35	96.00	105.67	106.11
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies
38	Meals and lunches
39	Repairs and services
40	All other departments
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	2	95.32	106.17	106.47	93.57	101.35	100.34

TABLEAU 31. Stocks des grands magasins, MDC et coefficients de corrections des variations saisonnières, 1982 et 1983

1982				1983		Rayon	N°
September	October	November	December	January	February		
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février		
84.23	117.96	115.58	90.13	89.88	98.82	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
133.55	152.38	122.79	77.03	70.87	84.64	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
86.67	113.07	114.13	79.62	82.92	92.89	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
115.63	131.27	123.74	107.59	97.80	87.88	Fourrures	4
94.99	118.41	108.37	89.28	83.33	85.99	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
98.51	119.47	113.67	72.03	73.90	88.55	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
92.09	133.47	134.34	77.53	78.28	83.08	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
83.29	108.22	118.66	100.71	100.95	95.88	Sous-vêtements	8
...	Chapeaux	9
92.58	108.94	107.81	86.05	90.53	92.43	Bas pour dames et fillettes	10
89.34	132.55	134.65	83.38	84.91	90.86	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
92.79	110.72	99.15	90.35	82.01	90.73	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
99.15	128.29	121.95	91.17	76.06	91.85	Vêtements pour hommes	13
98.50	132.80	120.80	75.40	83.82	88.21	Articles d'habillement pour hommes	14
97.75	130.80	111.05	80.75	86.36	96.76	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
92.20	121.50	106.46	88.13	80.87	84.98	Chaussures pour hommes et garçons	16
...	Produits alimentaires et connexes	17
86.74	125.97	132.39	89.39	101.00	84.98	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
86.28	134.73	132.50	88.30	98.95	89.42	Appareils et fournitures photographiques	19
90.59	108.45	101.41	98.57	90.17	98.98	Tissus à la pièce	20
82.16	106.33	109.00	99.91	90.77	97.77	Literie et linge de maison	21
89.71	102.91	95.46	101.27	88.65	86.46	Menus articles	22
91.20	110.44	117.80	107.64	88.85	89.23	Porcelaine et verrerie	23
87.59	103.62	96.28	108.63	99.34	94.57	Revêtements de plancher	24
85.35	105.98	101.05	102.31	95.58	99.35	Tentures, rideaux et housses	25
91.52	120.75	112.05	82.76	87.98	89.86	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
82.82	98.91	99.38	110.09	94.73	96.45	Meubles	27
79.99	103.37	108.60	109.15	98.55	104.39	Gros appareils ménagers	28
86.24	110.98	119.24	103.96	94.56	91.05	Télévision, radio et musique	29
90.71	113.46	115.09	86.98	91.49	90.44	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
...	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
...	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
86.57	118.05	124.57	90.49	89.95	93.58	Bijouterie	33
124.87	176.47	134.89	55.78	85.08	79.85	Jouets et jeux	34
96.56	130.58	112.81	85.51	74.43	83.24	Articles de sport et valises	35
96.24	124.99	123.82	79.68	89.16	83.78	Papeterie, livres et revues	36
...	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
...	Repas et casse-croûtes	38
...	Services et travaux de réparation	39
...	Tous autres rayons	40
92.06	118.52	114.38	92.35	88.70	90.82	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

LIST OF DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - LISTE DES ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS

MAJOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS TRADITIONNELS

Ayre's Ltd., Water St., St. John's, Newfoundland
Bowring Bros. Ltd., 281 Water St., St. John's, Newfoundland
Caplan, C., Ltd., 135 Rideau St., Ottawa, Ontario
Eaton, T., Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario
Goudies Ltd., 22 King St. W., Kitchener, Ontario
Holman, R.T., Ltd., Water St., Summerside, Prince Edward Island
Hougens Ltd., 305 Main St., Whitehorse, Yukon
Hubert, Magasin J.O., Ltée, 163-165 rue Principale, Maniwaki, Québec
Hudson's Bay Co., 2 Bloor St. E., Toronto, Ontario
Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd., 4910-50th St., Lloydminster, Saskatchewan
Ogilvy, Charles, Ltd., 126 Rideau St., Ottawa, Ontario
Ogilvy's, James A., Ltd., Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec
Right House, The, Co. Ltd., 35-41 King St. E., Hamilton, Ontario
Robinson, The G.W., Co. Ltd., 18 James St., Hamilton, Ontario
Simpsons Ltd., 401 Bay St., Toronto, Ontario
Simpson Sears Ltd., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario
Smith & Chapple Ltd., 24 Birch St., Chapleau, Ontario
Woodward Stores (Alta.) Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia
Woodward Stores (B.C.) Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

JUNIOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS POPULAIRES

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario
Sentry Dep't. Stores Ltd., 1650 Avenue Rd., Toronto, Ontario
Steinberg Inc., Miracle Mart Division, 5151 Thimens, St-Laurent, Québec
Towers Department Stores Ltd., 6509 Airport Rd., Mississauga, Ontario
Woolco Department Stores, c/o F.W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario
Zeller's Ltd., 5250 Decarie Blvd., Montréal, Québec

ELECTED PUBLICATIONS

Following are publications of the Merchandising and Services Division in the Retail Trade sector.

atologue

- 3-002 Department Store Sales and Stocks. M. Bil. 36 pp. First Issue, 1938. (ISSN 0380-7045).

Total sales and number of outlets, by province and selected metropolitan area, and sales and inventories by department, Canada.

- 3-004 Department Store Sales by Regions. Advance Release. M. Bil. 1 pp. First Issue, 1950. (ISSN 0709-8650).

Total sales and percentage changes of sales, by region.

- 3-005 Retail Trade. M. Bil. Approx. 65 pp. First Issue, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total retail sales by province and kind of business, for chain and independent stores; seasonally adjusted sales, Canada.

- 3-007 New Motor Vehicle Sales. M. Bil. Approx. 15 pp. First Issue, 1932. (ISSN 0705-5595).

Number and value of new passenger cars, trucks and buses sold by province and by origin (Canada and U.S. or imported). Monthly unit sales, by type and origin, seasonally adjusted.

- 3-014 Merchandising Inventories. M. Bil. 24 pp. First Issue, 1972. (ISSN 0380-7177).

Inventories and stocks/sales ratios, by type of trade for wholesale, by department for department stores, by kind of business for chain stores and independent stores: quarterly percentage changes for independent stores by kind of business.

- 3-210 Retail Chain and Department stores. A. Bil. Approx. 74 pp. First Issue, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total retail sales by chain and department stores including data on floor area, inventory and accounts receivable.

CHOIX DE PUBLICATIONS

Les publications suivantes se trouvent à la Section du commerce de détail, Division du commerce et des services.

Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M. Bil. 36 pages. Premier numéro, 1938. (ISSN 0380-7045).

Ventes totales et nombre de points de ventes par provinces et certaines régions métropolitaines, ventes et stocks par rayon, Canada.

- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M. Bil. 1 page. Premier numéro, 1950. (ISSN 0709-8650).

Variations en pourcentage et ventes par région.

- 63-005 Commerce de détail. M. Bil. Environ 65 pages. Premier numéro, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total des ventes au détail par province et genre de commerce, pour les magasins à succursales et les magasins indépendants; chiffres désaisonnalisés, Canada.

- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M. Bil. Environ 15 pages. Premier numéro, 1932. (ISSN 0705-5595).

Nombre et valeur des voitures particulières, des camions et des autobus neufs vendus par province et par lieu d'origine (Canada et É.-U. ou importés). Ventes unitaires mensuelles selon le type et l'origine, après désaisonnalisation.

- 63-014 Stocks commerciaux. M. Bil. 24 pages. Premier numéro, 1972. (ISSN 0380-7177).

Stocks et rapports stocks/ventes, par genre de commerce pour le commerce de gros, par rayon pour les grands magasins et par genre de commerce pour les magasins à succursales et magasins indépendants: variations trimestrielles en pourcentage pour les magasins indépendants suivant le genre de commerce.

- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A. Bil. Environ 74 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total des ventes au détail pour les magasins à succursales et les grands magasins, incluant des données sur la superficie total, des stocks, et comptes à recevoir.

Catalogue

- 63-213 Vending Machine Operators. A. Bil. 21 pp. First Issue, 1958. (ISSN 0527-6411).

Sales of merchandise through automatic vending machines, by type of machine and location, Canada and provinces.

- 63-218 Direct Selling Canada. A. Bil. 14 pp. First Issue, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Sales of various commodities by method of distribution; door-to-door, mail order, etc.

- 63-219 Campus Book Stores, A. Bil. Approx. 8 pp. First Issue, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Retail sales by commodities, employees and payroll, by regions, provinces and Canada, for academic years.

- 63-224 Market Research Handbook. A. Bil. 700 pp. First Issue, 1975. (ISSN 0590-9325).

The data covers such topics as general economic indicators, population characteristics, personal income and expenditure and household facilities.

- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O. Bil. 695 pp. (ISBN 0-660-506-13-0). The publication provides revised retail trade estimates for the years 1972 to 1979, both unadjusted and seasonally adjusted and also sections on definitions, concepts, classifications, methodology and data reliability.

Operating Results - Retail Trades. O. Bil. 29 pp. First Issue, 1974.

Reports in the Operating Results series contain ratios (percentages of net sales) for: purchases, inventories, cost of goods sold, gross profit, operating expense items and net profit.

Catalogue

- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A. Bil. 21 pages. Premier numéro, 1958. (ISSN 0527-6411).

Ventes de marchandise selon le genre de machine et l'emplacement, Canada et provinces.

- 63-218 La vente directe au Canada. A. Bil. 14 pages. Premier numéro, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Ventes de divers produits, par mode de distribution: démarchage, poste, etc.

- 63-219 Librairies de campus. A. Bil. Environ 8 pages. Premier numéro, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Ventes au détail par article, ainsi que nombre d'employés et la paye, par région, par province et au Canada par année scolaire.

- 63-224 Manuel statistique pour études de marché. A. Bil. 700 pages. Premier numéro, 1975. (ISSN 0590-9325).

Les données portent sur des sujets tels que les indicateurs économiques généraux, les caractéristiques de la population, le revenu et les dépenses des particuliers et l'équipement ménager.

- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S. Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0). Cette publication contient des données brutes et désaisonnalisées, révisées de 1972 à 1979, des sections sur les définitions, les concepts, le classement, la méthodologie ainsi que des renseignements sur la fiabilité des données.

Résultats d'exploitation - Commerce de détail. H.S. Bil. 29 pages. Premier numéro, 1974.

Les bulletins de la série des Résultats d'exploitation contiennent des ratios (pourcentages des ventes nettes) pour les achats, les stocks, le coût des biens vendus, les bénéfices bruts, les dépenses d'exploitation et les bénéfices nets.

Catalogue

The following reports on Operating Results are available.

- 63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1979
 - 63-604 Independent Women's Retail Clothing Stores, 1975
 - 63-605 Independent Retail Hardware Stores, 1976
 - 63-606 Retail Shoe Stores, 1977
 - 63-607 Retail Drug Stores, 1978
 - 63-608 Retail Florists, 1979
 - 63-609 Independent Retail Jewellery Stores, 1978
 - 63-610 Retail Hardware Stores, 1980
 - 63-611 Women's Retail Clothing Stores, 1980
 - 63-612 Retail Family Clothing Stores, 1980
- M. - Monthly A.- Annual Bil.- Bilingual
O.- Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available free on request from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue

Les publications suivantes sur les résultats d'exploitation sont maintenant disponibles.

- 63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1979
 - 63-604 Magasins indépendants de vente au détail de vêtements pour dames, 1975
 - 63-605 Magasins indépendants de vente au détail de quincaillerie, 1976
 - 63-606 Magasins de vente au détail de chaussures, 1977
 - 63-607 Pharmacies au détail, 1978
 - 63-608 Magasins de fleuristes, vente au détail, 1979
 - 63-609 Magasins indépendants de vente au détail de bijouterie, 1978
 - 63-610 Magasins de vente au détail de quincaillerie, 1980
 - 63-611 Magasins de vente au détail de vêtements pour dames, 1980
 - 63-612 Magasins de vente au détail de vêtements pour la famille, 1980
- M. - Mensuel A.- Annuel Bil.- Bilingue
H.S. - Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et social du Canada. On peut se procurer gratuitement un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

DEPARTMENT STORE COMMODITY REFERENCE LIST

Department

1. Women's and Misses' Dresses, Housedresses, Aprons and Uniforms

Dresses of all types, including half-sizes and maternity dresses, aprons, housedresses and uniforms - juniors', misses' and women's. Evening gowns and wraps.

2. Women's and Misses' Coats and Suits

Coats: cloth including fur trimmed, car coats, raincoats, and imitation fur coats - juniors', misses' and women's.
Suits: ready-made and made-to-measure - juniors', misses' and women's.

3. Women's and Misses' Sportswear

Blouses and sport shirts: sweaters, pullovers, jackets and cardigans; sports apparel, ski clothing, play clothes, bathing suits and knitwear; slacks, jumpers, skirts and parkas.

4. Furs

Fur coats, jackets, neckpieces, caps, hats and muffs.

5. Infants' and Children's Wear and Nursery Equipment

Infants' and Children's Wear: all infants' and children's apparel up to approximately size 6X, including infants' accessories.

Infants' Bath Equipment and Toiletries

Other Infants' Department Goods: such as garment hangers, harness, play pens, toys, rattles, extension gates, auto seats, walkers, etc.

Infants' Prams, Carriages and Strollers: including pram bedding and accessories.

Infants' furniture: chairs, commodes, cribs, beds, bedding and bedding accessories

6. Girls' and Teenage Girls' Wear

All girls' and teenage girls' apparel, including dresses, coats, suits, skirts, girl guide uniforms, school uniforms, play clothes, underwear, hats, caps, stockings, etc.

7. Lingerie and Women's Sleepwear

Including slips, pants, panties, dusters, nightgowns, pyjamas, negligees, bathrobes, dressing gowns and bed jackets.

8. Intimate Apparel

Including corsets, girdles, garter belts and brasieres.

9. Millinery

Including hats, berets, hat trimmings and hair pieces

10. Women's and Girls' Hosiery

Including anklets, nurses' hosiery, tights, leotards, etc.

11. Women's and Girls' Gloves, Mitts and Accessories

Including gloves, mitts, scarves, shawls, blouses, bandannas, belts, boutonnieres, corsages, collar and cuff sets, collars, dress and coat ornaments, handkerchiefs, purses, small leather goods and umbrellas.

RÉPERTOIRE DES MARCHANDISES DES GRANDS MAGASINS

Rayon

1. Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles

Robes de tous genres, y compris les demi-grandeurs et robes pour grossesse, tabliers, robes de ménage et uniformes - pour fillettes, jeunes filles et dames. Robes manteaux du soir.

2. Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles

Manteaux: de drap, y compris ceux qui sont garnis de fourrure, manteaux d'auto, imperméables et manteaux imitant la fourrure - pour fillettes, jeunes filles et dames.
Tailleurs: prêts à porter et faits sur mesure - pour fillettes, jeunes filles et dames.

3. Vêtements sport pour dames et jeunes filles

Blouses et chemisiers, chandails, pull-overs, vestes et cardigans, vêtements de sport, vêtements de ski, vêtements de jeu, maillots de bain et tricotés, pantalons, jumpers, jupes et canadiennes.

4. Fourrures

Manteaux de fourrure, vestes, parures de cou, bonnets, chapeaux et moufles.

5. Vêtements pour bébés et enfants et articles pour chambre d'enfants

Vêtements pour bébés et enfants: tous articles d'habillement pour bébés et enfants jusqu'à la taille 6X, y compris les accessoires pour bébés.

Articles pour le bain et la toilette des bébés

Autres articles du rayon pour bébés: tels que cintres, sangles, parcs, jouets, hochets, barrières extensibles, sièges d'auto, marchettes, etc.

Voitures et poussettes: y compris literie et accessoires pour voitures d'enfants.

Mobilier pour enfants: chaises, commodes, berceaux, literie et accessoires de literie.

6. Vêtements pour fillettes et adolescentes

Tous articles d'habillement pour fillettes et adolescentes, y compris robes, manteaux, tailleurs, jupes, uniformes de scout, uniformes d'écolière, vêtements de jeu, sous-vêtements, chapeaux, bonnets, bas, etc.

7. Lingerie et vêtements de nuit pour dames

Y compris jupons-combinaisons, culottes, caleçons, peignoirs, chemises de nuit, pyjamas, déshabillés, sorties de bain, robes de chambre et liseuses.

8. Sous-vêtements

Y compris corsets, gaines, porte-jarretelles et soutien-gorge.

9. Chapeaux

Y compris chapeaux, bérets, garnitures de chapeau et poutiches.

10. Bas pour dames et jeunes filles

Y compris socquettes, bas d'infirmières, collants, léotards, etc.

11. Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes

Y compris gants, moufles, écharpes, châles, blouses sans manches, foulards, ceintures, boutonnieres, bouquets, épingles de collets et poignets, collets, parures de manteaux et de robes, mouchoirs, sacs à main, petits articles en cuir et parapluies.

DEPARTMENT STORE COMMODITY REFERENCE LIST - Continued

Department - Continued

2. Women's, Misses' and Children's Footwear

Include all footwear for women, misses and children.

3. Men's Clothing

Including coats, suits, trousers and jackets.

4. Men's Furnishings

Including shirts (dress, work, sport and regular), sweaters, vests, smocks, windbreakers, parkas, overalls, work trousers, slacks, underwear, dressing gowns, bath robes, pyjamas, hosiery, ties, collars, handkerchiefs, scarves, gloves, mitts, ear muffs, hats, caps, garters, suspenders, belts, jewellery, umbrellas and canes.

5. Boys' Clothing and Furnishings

Include commodities as in Departments 13 and 14 sold in boys' wear department as well as boy scout and school uniforms.

6. Men's and Boys' Footwear

Include all footwear for men and boys.

7. Food and Kindred Products

Including groceries, meats, provisions, fruits, vegetables, candy, pastry, bakery products and delicatessen goods.
Restaurants, coffee shops or lunch counters are not included here but in department 38.

8. Toiletries, Cosmetics and Drugs

Toiletries: toilet goods and toilet preparations.
Cosmetics: perfumes, lotions, hair goods and preparations, hand and facial beautification preparations and supplies, etc.
Patent medicines and drug preparations and sundries.
Prescriptions
Medical Supplies, including sick room equipment and supplies, bandages, etc.
Health Appliances and equipment, including supporters and health lamps.
Medical, Surgical and Therapeutic Goods
Shavers and shaving supplies.

19. Photographic Equipment and Supplies

Movie and still cameras and camera accessories; photo developing, printing and enlarging equipment and supplies; projection equipment and supplies; flash bulbs and lamps; films, reels, albums and photofinishing service; telescopes and binoculars.

20. Piece Goods

Yard goods of silk, woolen, cotton, rayon, velvet and linen; synthetics, patterns.

21. Linens and Domestics

Linens (table and fancy), quilted pads and pillow cases, dresser and buffet scarfs, towels and towelling, sheets and sheeting, pillow cases, mattress covers, blankets including electric, comforters, spreads, wash cloths, travelling robes, etc.

RÉPERTOIRE DES MARCHANDISES DES GRANDS MAGASINS - suite

Rayon - suite

12. Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants

Comprend toutes les chaussures pour dames, jeunes filles et enfants.

13. Vêtements pour hommes

Y compris manteaux, complets, pantalons et vestes.

14. Articles d'habillement pour hommes

Y compris chemises (de soirée, de travail, sport et de ville), chandails, gilets, sarraux, blousons, canadiennes, salopettes, pantalons de travail, sous-vêtements, robes de chambre, sorties de bain, pyjamas, chaussettes, cravates, cols, mouchoirs, écharpes, gants, moufles, cache-oreilles, chapeaux, casquettes, jarrettières, bretelles, ceintures, bijouterie, parapluies et cannes.

15. Vêtements et articles d'habillement pour garçons

Comprend les articles mentionnés aux postes 13 et 14, en vente au rayon des vêtements pour garçons, de même que les uniformes de scout et d'écolier.

16. Chaussures pour hommes et garçons

Comprend toutes chaussures pour hommes et garçons.

17. Produits alimentaires et connexes

Y compris articles d'épicerie, viandes, conserves, fruits, légumes, bonbons, pâtisseries, produits de boulangerie et de charcuterie. Les restaurants et casse-croûte ne sont pas inclus ici, mais au poste 38.

18. Articles de toilette, cosmétiques et médicaments

Articles de toilette: produits et préparations pour la toilette
Cosmétiques: parfums, lotions, produits pour la coiffure et préparations capillaires, préparations et produits de beauté pour les mains et le visage.
Médicaments brevetés, préparations pharmaceutiques et articles divers.
Ordonnances
Fournitures médicales, y compris matériel et fournitures pour chambre de malades, pansements, etc.
Appareils et matériel de santé, y compris supports et lampes-soleil.
Produits médicaux, chirurgicaux et thérapeutiques
Rasoirs et articles pour la barbe

19. Appareils et fournitures photographiques

Appareils photographiques et caméras, et accessoires; matériel et fournitures pour le développement, le tirage et l'agrandissement; matériel et fournitures pour la projection; ampoules et lampes éclair; pellicules, bobines, albums et service de développement de films, télescopes et jumelles.

20. Tissus à la pièce

Marchandises à la verge: soie, lainage, coton, rayonne, velours et toile; tissus synthétiques; patrons.

21. Literie et linge de maison

Toiles (de table et de fantaisie), molletons sous-nappe, parures de commodes et de buffets, serviettes et tissu-éponge, draps et toile pour draps, taies d'oreiller, couvre-matelas, couvertures y compris couvertures chauffantes électriques, édredons, couvre-lits, linge de toilette, couvertures de voyage, etc.

DEPARTMENT STORE COMMODITY REFERENCE LIST - Continued

Department - Continued

22. Smallwares and Notions

Smallwares: include all items such as laces, trimmings, edgings, fringes, embroidery supplies, ribbon, artificial flowers, art needlework and embroidery and knitting goods.

Notions: include bags, dressmakers' supplies, hair goods, sewing supplies, garment attachments, closet accessories, and other related miscellaneous commodities.

23. China and Glassware

China and Pottery Tableware: dinner sets, tea sets, breakfast sets; individual, odd or group pieces of china and pottery tableware.

China and Pottery Artware and Ornaments: wall, table and mantel ornaments of china and pottery. Glassware: beverage sets, goblets, tumblers, bowls, dishes, etc.; heat-resistant glassware.

24. Floor Coverings

Including rugs, mats, carpets, hard floor covering, door mats, runners, stair treads, stair nosing, carpet binding and rug underpadding.

25. Draperies, Curtains and Furniture Coverings

Draperies and Curtains: including draperies and curtains ready-made and by the yard and accessories, also includes blinds, and venetian blinds. Furniture Coverings: including slip covers, upholstering fabrics and supplies.

26. Lamps, Pictures, Mirrors and All Other Home Furnishings

Lamps: including floor, table, mantel, boudoir, desk, etc.

Pictures

Mirrors

27. Furniture

Including all living room, dining room, bedroom and kitchen furniture.

Beds, mattresses, springs and convertible beds.

Fireplace accessories.

Summer, garden and cottage furniture.

Office furniture.

28. Major Appliances

Including refrigerators, freezers, stoves, heaters - fireplace heaters, electric radiators and space heaters - washing machines, dryers, humidifiers, dehumidifiers, dishwashers, vacuum cleaners, floor polishers, sewing machines, air conditioners, etc.

29. Television, Radio and Music

Including television, hi-fi and radio sets and equipment, record players, records, tape recorders, pianos, organs, musical instruments and supplies, sheet music, music stands and instruction books.

RÉPERTOIRE DES MARCHANDISES DES GRANDS MAGASINS - suite

Rayon - suite

22. Menus articles

Menus articles: y compris tous les articles tels que dentelles, passementerie, galons, franges, fournitures pour la broderie, rubans, fleurs artificielles et articles pour fins travaux à l'aiguille, pour la broderie et pour le tricot.

Mercerie: y compris sacs, articles pour la couturière, accessoires pour les cheveux, accessoires de couture, attaches pour vêtements, articles de placard et diverses autres marchandises connexes.

23. Porcelaine et verrerie

Services de table en porcelaine et en céramique: services à diner, à thé, à déjeuner; pièces de porcelaine ou de céramique, individuelles, séparées, ou groupées.

Objets décoratifs et bibelots en porcelaine et céramique: ornements muraux, de table ou de cheminée, en porcelaine ou en céramique.

Verrerie: services de verres, verres à pied, verres, bols, récipients, etc.; verrerie culinaire à feu.

24. Revêtements de plancher

Y compris tapis, nattes, carpettes, prélatris, paillassons, chemins, couvre-marches et bordure de protection des marches, bordure de tapis et sous-tapis.

25. Tentures, rideaux, housses

Tentures et rideaux: y compris tentures et rideaux confectionnés et à la verge et accessoires, et stores vénitiens ou autres.

Housses: y compris housses, tissus et fournitures pour le rembourrage.

26. Lampes, tableaux, miroirs et tous autres articles d'ameublement.

Lampes: torchères et lampes de table, de cheminée, de chevet, de pupitre, etc.

Tableaux

Miroirs

27. Meubles

Y compris tous les meubles pour salle de séjour, salle à manger, chambre à coucher et cuisine.

Lits, matelas, sommiers et lits transformables.

Accessoires de cheminée.

Meubles d'été, de jardin et de chalet.

Meubles de bureau.

28. Gros appareils ménagers

Y compris réfrigérateurs, congélateurs, cuisinières, chauffeuses (chauffeuses de foyer, radiateurs électriques, poêles), machines à laver, sècheuses, humidificateurs, déshumidificateurs, laveuses à vaisselle, aspirateurs, polisseuses, machines à coudre, appareils de conditionnement de l'air, etc.

29. Télévision, radio et musique

Y compris téléviseurs, appareils et matériel de haute fidélité et de radio, phonographes, disques, magnétophones, pianos, orgues, instruments de musique et accessoires, musique en feuille, lutrins et manuels d'instruction.

DEPARTMENT STORE COMMODITY REFERENCE LIST - Continued

Department - Continued

Housewares and Small Electrical Appliances

Including kitchen utensils and supplies, kitchen gadgets, kitchen cutlery, percolators, kettles, cleaning supplies, mixing utensils, kitchen containers, laundry supplies, bathroom accessories and other miscellaneous housewares; electrical fixtures, bulbs, plugs and other electrical supplies and small appliances.

Hardware, Paints, Wallpaper, etc.

Including hand and power tools, attachments and supplies, garden tools, power lawnmowers, garden tractors, snowblowers, etc., home hardware, nuts, bolts, washers, rivets, caulking guns, jacks, measuring tapes, etc., paint, glass, wallpaper and supplies.

Plumbing, Heating and Building Materials

Including plumbing and heating fixtures and supplies, such as - faucets, tap adapters, bath plugs, seats, basins, toilets, chemical closets, basin and toilet accessories and supplies, hot water tanks, insulating jackets, kitchen sinks, thermostats, stovepipes and stovepipe collars, dampers, force cups, pumps and floor flanges. Building Materials: Roofing, siding, eavestroughing, awnings, et al "outside" materials and supplies; doors, windows, all carpentry and cabinetry; lumber, plywoods, flooring, millwork, wall and ceiling panels and tiles, boarding, framing et al.

Jewellery

Clocks and watches

Plated and Sterling Silverware - flatware, hollowware, carving sets, plates, dishes, trays, casseroles, candlesticks, tea sets, flower holders and vases, trophies.

Costume Jewellery

Fine Jewellery

Toys and Games

Small wheel goods (tricycles, kiddie cars, wagons, doll carriages, pedal cars); toy furniture, games and toys; dolls; miniature construction sets, etc.; electric trains, etc.

Sporting Goods and Luggage

Athletic and Sports Equipment: including sports goods and related sports apparel (baseball, hockey, basketball, rugby, soccer, lacrosse, boxing, handball, golf, riding, etc.); skiing and skating equipment; gymnasium equipment; sleds and tobaggans.

Hunting and Fishing Equipment: guns, ammunition, gun attachments and supplies; fishing rods, reels, attachments and supplies, hunting and fishing apparel; traps decoys, nets, knives, etc.

Camping Equipment and Supplies: tents, ground sheets, air mattresses, sleeping bags, haversacks, camp stoves, compasses, tent trailers.

Bicycles, Accessories and Supplies

Boats and Marine Accessories

Power Snow Sleds

Luggage and Leather Goods: including trunks, suitcases, duffle bags, hat boxes, travelling bags, briefcases, etc.

RÉPERTOIRE DES MARCHANDISES DES GRANDS MAGASINS - suite

Rayon - suite

30. Articles de ménage et petits appareils électriques

Y compris ustensiles et fournitures de cuisine, dispositifs de cuisine, coutellerie, percolateurs, bouilloires, fournitures de nettoyage, ustensiles mélangeurs, récipients, fournitures pour la lessive, accessoires de salle de bains et divers autres articles de ménage; appareils d'éclairage, ampoules, prises de courant et autres fournitures électriques, petits appareils électriques.

31. Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.

Y compris outils à main ou à moteur, accessoires, fournitures, outils de jardinage, tondeuses à moteurs, tracteurs de jardin, chasse-neige, etc., articles de quincaillerie pour la maison, écrous et boulons, rondelles, rivets, pistolets à calfeutrer, crics et vérins, mesures à ruban, etc., peinture, vitre, papier-tenture et fournitures.

32. Matériaux de plomberie, de chauffage et de construction

Y compris appareillage et fournitures de plomberie et de chauffage, tels que robinets, raccords, obturateurs de baignoire, sièges, lavabos, cabinets, cabinets chimiques, accessoires et fournitures pour lavabos et cabinets, chauffe-eau, enveloppes isolantes, éviers de cuisine, thermostats, tuyaux de poêle et viroles-embases, soupapes de réglage, ventouses, pompes, brides de parquet.

Matériaux de construction: matériaux pour toiture, parois, gouttières, auvents et tous autres matériaux et fournitures d'extérieur; portes, fenêtres, toute menuiserie et ébénisterie; bois d'oeuvre, contreplaqué, matériaux pour planchers, articles de menuiserie, panneaux pour murs ou plafonds, tuiles et carreaux, planches, charpentes et le reste.

33. Bijouterie

Horloges et montres

Argenterie (argent massif ou plaqué) - coutellerie, services à dépecer, assiettes, plats, cabarets, cocottes, chandeliers, services à thé, pots et vases à fleurs, trophées.

Bijouterie en faux

Bijouterie en fin

34. Jouets et jeux

Petits articles sur roues (tricycles, voitures, carrosses de poupées, voitures à pédales); meubles pour enfants, jeux et jouets; poupées; jeux de construction, etc.; trains électriques, etc.

35. Articles de sport et valises

Équipement d'athlétisme et de sport: y compris articles et vêtements de sport; (base-ball, hockey, ballon-panier, rugby, soccer, crosse, boxe, balle au mur, golf, équitation, etc.) équipement de ski et de patinage; équipement de gymnase; traîneaux et tobaggans.

Équipement de pêche et de chasse: armes à feu, munitions, accessoires et fournitures pour armes à feu; cannes, moulinets, accessoires et fournitures pour la pêche; vêtements pour la chasse et la pêche; piège, leurres, filets, couteaux, etc.

Équipement et fourniture de camping: tentes, tapis de sol, matelas pneumatiques, sacs de couchage, havresacs, poêles, compas, tentes-remorques.

Bicyclettes, accessoires et fournitures

Bateaux et accessoires

Autos-neige

Valises et articles en cuir: y compris les malles, valises, fourre-tout, boîtes à chapeaux, sacs de voyage, serviettes, etc.

DEPARTMENT STORE COMMODITY REFERENCE LIST - Concluded

Department - Concluded

36. Stationery, Books and Magazines

Including books, note pads, notepaper, envelopes, writing supplies (pens, pencils, ink, erasers); calendars, greeting cards, announcement cards, party supplies, decorations, gift wrapping material, artists' supplies, crayons, blackboards, school supplies, office equipment and supplies; philatelic supplies, albums, adult games, etc.

37. Gasoline, Oil, Auto Accessories, Repairs and Supplies

Including anti-freeze, batteries, fans, fender guards, fog lamps, frost shields, jacks, kick pads, mirrors, mufflers, tires, tubes, tire repair kits and materials, spark plugs and testers, radiators, piston rings, gasoline, oil, repairs; motorcycles, accessories and supplies.

38. Receipts from Meals and Lunches

Including receipts from restaurants, coffee shops, lunch counters and soda fountains.

39. Receipts from Repairs and Services

Including such repair and service departments as dressmaking and hosiery repairs, jewellery repair, shoe repair, fur repair and storage, radio repair, etc.; include receipts from installation and other services; beauty parlour, circulating library.

40. All Other Departments

(Basement departments are not to be included here, but sales from these sources are to be assigned to the appropriate departments.) Including tobacco, smokers' supplies, seeds, bulbs, nursery stock, other garden supplies not elsewhere classified; optical department; hearing aids; etc.

RÉPERTOIRE DES MARCHANDISES DES GRANDS MAGASINS - fin

Rayon - fin

36. Papeterie, livres et revues

Y compris livres, blocs-notes, papier à lettre, enveloppes, fournitures pour écrire (plumes, crayons, encre, gommes à effacer), calendriers, cartes de souhaits, faire-part, fournitures pour réceptions, décorations, emballage de cadeaux, matériel d'artiste, crayons à dessiner, tableaux noirs, fournitures scolaires, matériel et fournitures de bureau, articles de philatélie, albums, jeux pour adultes, etc.

37. Essence, huile, accessoires, réparation et fournitures d'automobiles

Y compris antigel, accumulateurs, ventilateurs, pareboue, phares anti-brouillard, panneaux antigivre, crics et vérins, pare-coups de portières, miroirs, silencieux, pneus, chambres à air, troussees et matériel de réparation de pneus, bougies d'allumage et vérificateurs, radiateurs, segments de pistons, essence, huile, réparations; motocyclettes, accessoires et fournitures.

38. Recettes provenant des repas et casse-croûte

Y compris les recettes provenant des restaurants, casse-croûte, comptoirs-repas et bars pour glaces et eaux gazeuses.

39. Recettes provenant des services et des travaux de réparations

Y compris les rayons de service et de réparation tels que retouche de robes et remailage de bas, réparation de bijoux, cordonnerie, réparation et entreposage des fourrures, réparation des radios, etc.; y compris les recettes provenant des services d'installation et autre; salon de beauté, bibliothèque circulante.

40. Tous autres rayons

(Les rayons du sous-sol ne sont pas inclus ici, mais les ventes qui s'y rapportent doivent être affectées aux rayons qui conviennent.) Y compris tabac, articles pour fumeurs, semences, oignons à fleurs, stock de pépinières, autre fournitures de jardinage non classées ailleurs; rayon d'optique; etc.

Department store sales and stocks

February 1983

Ventes et stocks des grands magasins

Février 1983



Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Merchandising and Services Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V4 (Telephone: 996-9304) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's (772-4073)	Winnipeg (949-4020)
Halifax (426-5331)	Regina (359-5405)
Montréal (283-5725)	Edmonton (420-3027)
Ottawa (992-4734)	Vancouver (666-3691)
Toronto (966-6586)	

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	Zenith 0-7037
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
British Columbia (South and Central)	112-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by NorthwestTel Inc.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories (area served by NorthwestTel Inc.)	Zenith 2-2015

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales and Services, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V7.

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section de commerce détail,
Division du commerce et des services,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V4 (téléphone: 996-9304) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's (772-4073)	Winnipeg (949-4020)
Halifax (426-5331)	Regina (359-5405)
Montréal (283-5725)	Edmonton (420-3027)
Ottawa (992-4734)	Vancouver (666-3691)
Toronto (966-6586)	

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	Zénith 0-7037
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
Colombie-Britannique (sud et centrale)	112-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Zénith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Zénith 2-2015

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes et de la distribution des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V7.

Statistics Canada
Merchandising and Services Division
Retail Trade Section

Department store sales and stocks

February 1983

Statistique Canada
Division du commerce et des services
Section du commerce de détail

Ventes et stocks des grands magasins

Février 1983

Published under the authority of
the Minister of Supply and
Services Canada

Statistics Canada should be credited when
reproducing or quoting any part of this document

Minister of Supply
and Services Canada 1983

May 1983
5-3406-503

Prix: Canada, \$3.15, \$31.50 a year
Other Countries, \$3.80, \$37.80 a year

Catalogue 63-002, Vol. 48, No. 2

N 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par
le ministre des Approvisionnements et
Services Canada

Reproduction ou citation autorisée sous réserve
d'indication de la source: Statistique Canada

© Ministre des Approvisionnements
et Services Canada 1983

Mai 1983
5-3406-503

Prix: Canada, \$3.15, \$31.50 par année
Autres pays, \$3.80, \$37.80 par année

Catalogue 63-002, vol. 48, n° 2

ISSN 0380-7045

Ottawa

SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or, in this publication less than half unit expressed.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the CANSIM staff, Current Economic Analysis Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-995-7406), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

SIGNES CONVENTIONNELS

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou, dans la présente publication, inférieur à la moitié de l'unité exprimée.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrice n° 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM, Division de l'analyse de conjoncture, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-995-7406), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

TABLE OF CONTENTS

	Page
Introduction	vii
Definitions	viii
Methodology	ix
Data Reliability	x
Non-sampling Errors	x
Non-sampling Error Measures	xi
Seasonal Adjustment	xiii
Constant Dollar Estimates	xiv
Data Confidentiality	xiv
Explanatory Notes	xvi

Charts

Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983	xviii
Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983	xviii
Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1981-1983	xix
Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1981-1983	xx
Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1981-1983	xx
Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization	xxi

Highlights	xxiii
-------------------	-------

Table

Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983	2
--	---

TABLE DES MATIÈRES

	Page
Introduction	vii
Définitions	viii
Méthodologie	ix
Fiabilité des données	x
Erreurs non liées à l'échantillonnage	x
Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage	xi
Désaisonnalisation	xiii
Estimations en dollars constants	xiv
Confidentialité des données	xiv
Notes explicatives	xvi

Graphiques

1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1981-1983	xviii
2. Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1981-1983	xviii
3. Ventes des grands magasins et commerce de détail Total, par mois, Canada, 1981-1983	xix
4. Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1981-1983	xx
5. Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983	xx
6. Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisation	xxi

Points saillants	xxiii
-------------------------	-------

Tableau

1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	2
---	---

TABLE OF CONTENTS - Continued

TABLES DES MATIÈRES - suite

Page

Page

Table

2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983	4
3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983	6
4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	6
5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983	8
6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	8
7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983	10
8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	10
9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983	12
10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	12
11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983	14
12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	14
13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983	16
14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	16
15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983	18
16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983	19

Tableau

2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1982 et 1983
3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1982 et 1983
4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983
5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983
6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983
7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983
8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983
9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1982 et 1983
10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983
11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983
12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983
13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983
14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983
15. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983
16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1982 et 1983

	Page		Page
Table		Tableau	
7. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	19	17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	19
8. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983	20	18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983	20
9. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	20	19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	20
10. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983	21	20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983	21
11. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	21	21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	21
12. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1981-1983	22	22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1981-1983	22
13. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981-1983	23	23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1981-1983	23
14. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, 1982 and 1983	24	24. Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	24
15. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983	26	25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1982 et 1983	26
16. Department Store Monthly Stock-Sales Ratios, by Department, Canada, 1982 and 1983	28	26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	28
17. Department Store Monthly Sales-Stock Ratios, by Department, 1982 and 1983	30	27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	30
18. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted, Canada, 1981-1983	32	28. Montants à recevoir, non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983	32
19. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983	32	29. Montants à recevoir, désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983	32
20. Department Store Sales, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1982 and 1983	34	30. Ventes des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1982 et 1983	34
21. Department Store Stocks, MCD and Seasonal Factors, 1982 and 1983	36	31. Stocks des grands magasins, MDC et coefficients de corrections des variations saisonnières, 1982 et 1983	36

TABLE OF CONTENTS - Concluded

	Page
List of Department Store Organizations	38
Selected Publications	39

TABLES DES MATIÈRES - fin

	Pag
Liste des organisations de grands magasins	3
Choix de publications	3

INTRODUCTION

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services. A "List of Department Store Organizations" can be found at the end of this publication.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Merchandising and Services Division, to be utilized. (The census also measures the activities of "establishments", however, this concept is not used in the monthly survey of department stores.) Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. For example, non-department store locations are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure with the catalogue sales activity of department store organizations classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its leased departments, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as **one** structure, rather than as a number of smaller stores.

INTRODUCTION

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971. La "Liste des organisations de grands magasins" est donnée à la fin de cette publication.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division du commerce et des services. (Le recensement mesure également les activités des "établissements", toutefois cette unité d'observation n'est pas utilisée dans l'enquête mensuelle sur les grands magasins.) En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les firmes déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les rayons de concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement **unique** et non comme un regroupement de petits magasins.

Definitions

Retail Location

A retail location, as defined by Statistics Canada, is a business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public for household or personal consumption.

Department Store

A retail location is defined as a department store outlet if it possesses the following characteristics. It must sell the following general lines of merchandise:

Family clothing and apparel. This commodity group is composed of some or all of the following lines: women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms; women's and misses' coats and suits; women's and misses' sportswear; furs; infants' and children's wear; girls' and teenage wear; lingerie and women's sleepwear; intimate apparel; millinery; women's and girls' hosiery; women's and girls' gloves, mitts and accessories; women's, misses' and children's footwear; men's clothing; men's furnishings; boys' clothing and furnishings; men's and boys' footwear. **Note:** The outlet must sell at least six of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being men's and boys' clothing or furnishings. At least 20% of the outlet's total sales must be derived from the family clothing and apparel group.

Furniture, appliance and home furnishings. This commodity group is composed of some or all of the following lines: linens and domestics; china and glassware; home furnishings; furniture, wooden and upholstered goods for living room, dining room and bedroom; major appliances; television, radio and music; hardware and housewares. **Note:** The outlet must sell at least four of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being furniture (wooden and upholstered goods for dining room and/or living room and/or bedroom). At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the furniture, appliance and home furnishings group.

All other (miscellaneous). This category includes all commodities sold by the outlet but not shown above, such as: toiletries, cosmetics and drugs; photographic equipment and supplies; piece goods; notions and smallwares; jewellery; sporting goods and luggage; stationery, books and magazines; and food. **Note:** The outlet must sell at

Définitions

Point de vente au détail

Suivant la définition de Statistique Canada, un point de vente au détail est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et des services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle.

Grand magasin

Un point de vente au détail est un grand magasin s'il possède les caractéristiques suivantes:

Vêtements pour la famille. Ce groupe comprend les articles suivants: robes pour dames et jeunes filles, robes de ménage, tabliers et uniformes; manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles; vêtements de sport pour dames et jeunes filles; fourrures; vêtements de bébés et d'enfants; vêtements de fillettes et d'adolescentes; lingerie et vêtements de nuit pour dames; sous-vêtements; chapeaux; bas pour dames et fillettes; gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes; chaussures pour dames, jeunes filles et enfants; vêtements pour hommes; articles d'habillement pour hommes; vêtements et articles d'habillement pour garçons; chaussures pour hommes et garçons. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins six des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être les vêtements ou articles d'habillement pour hommes et garçons. Au moins 20% des ventes globales du magasin doivent se faire dans le groupe de vêtements pour la famille.

Meubles, appareils et articles d'ameublement ménager. Ce groupe comprend les articles suivants: literie et linge de maison; porcelaine et verrerie; articles d'ameublement ménager; meubles, de bois ou rembourrés, pour salle de séjour, salle à manger ou chambre à coucher; gros appareils, télévision, radio et musique; quincaillerie et articles de ménage. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins quatre des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être des meubles (de bois ou rembourrés pour salle à manger et (ou) salle de séjour et (ou) chambre à coucher). Au moins 10 % des ventes globales du magasin doivent provenir du groupe des meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.

Tous autres articles (divers). Cette catégorie comprend toutes les marchandises que tient le magasin, mais qui ne figurent pas ci-dessus, telles que: articles de toilette, cosmétiques, médicaments; appareils et fournitures photographiques; tissus à la pièce; mercerie et menus articles; bijouterie; articles de sport et valises; papeterie, livres et revues; et aliments.

least **three** different commodity lines with not one of these lines representing more than 50% of the **total** store sales. At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the all other or miscellaneous groups.

Total net sales and receipts are defined as the total sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, restaurant and other services, less returns, adjustments and discounts. Trade-in allowances are not deducted. Commissions earned from the sales of goods owned by others and proprietors' withdrawals of goods (at retail) for personal use are included. Non-trading revenues, bad debts recovered and direct sales taxes are excluded.

Stocks are defined as the selling value of inventory on hand at the end of the month or as at the end of the fiscal period falling nearest the end of the calendar month.

Accounts receivable are defined as customers' accounts and notes receivable as at the end of the month, as well as all new credit granted during the month, less payments received. Accounts discounted with banks, paper sold to sales finance companies, or amounts owing on account of credit-card plans, are excluded. Accounts receivable used as security for bank loans are not considered as discounted if still payable and are therefore included.

Junior Department Stores are defined as retailing entities which sell the same wide range of goods (see department store definition) that are sold in the more traditional (major) department stores and are popularly described as discount operations.

Methodology

The **monthly sales values**, published at the Canada, provincial and metropolitan area levels, are based on the universe of department store organizations. A 100% response rate is aimed for each month with the publication usually delayed if large department store organizations have not responded in time. The monthly sales figures are estimated when necessary, due only to late response, by applying an imputation method which is unique to each organization.

The **monthly sales values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdown of sales. The percentage

Nota: Le magasin doit tenir au moins **trois** des séries mentionnées ci-dessus, dont aucune ne doit représenter plus de 50% des ventes **globales** du magasin. Au moins 10% des ventes globales du magasin doivent provenir des groupes tous autres articles ou divers.

Les **ventes et recettes nettes totales** sont définies comme le total des ventes de marchandises neuves et usagées et des recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres services, moins les rendus, les rajustements et les remises. La valeur des reprises n'est pas déduite. Les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel sont comptées. Les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente directes sont exclus.

Les **stocks** englobent la valeur marchande des stocks détenus à la fin du mois ou de la période financière la plus rapprochée.

Par **comptes à recevoir** on entend les comptes et billets à recevoir des clients à la fin du mois, ainsi que de tout nouveau crédit consenti au cours du mois, moins les paiements reçus. Les comptes escomptés à la banque, les titres vendus à des sociétés de financement des ventes et les montants dus en vertu d'un régime de cartes de crédit ne sont pas comptés. Les comptes à recevoir servant à garantir un emprunt bancaire ne sont pas considérés comme étant escomptés s'ils sont encore payables; ils sont donc inclus.

Les **grands magasins populaires** sont définis comme étant des points de ventes au détail qui offre la même vaste gamme d'articles (voir la définition d'un grand magasin) que les grands magasins traditionnels et qui sont généralement considérés comme des magasins à prix réduits.

Méthodologie

Le **chiffre des ventes mensuelles**, publié pour le Canada, les provinces et les régions métropolitaines, est établi en fonction de l'univers des sociétés de grands magasins. Puisque l'on vise chaque mois un taux de réponse de 100%, la publication est habituellement retardée si une grande firme n'a pas fait parvenir sa déclaration dans les délais prévus. Dans le cas d'une réponse tardive, il est possible de calculer un chiffre estimatif des ventes mensuelles grâce à une méthode d'imputation qui est unique à chaque firme.

Le **chiffre des ventes mensuelles par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes. La répartition en pourcentage des ventes

distributions of sales by department, calculated from the reporting organizations, are applied to the monthly Canada sales total in order to provide an estimate of sales by department at the Canada level.

The monthly stock values by department, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdowns of sales and stocks. A stock-to-sales ratio for each department, calculated from the reporting organizations, is applied to the corresponding department's monthly sales estimate in order to provide an estimate of stocks by department at the Canada level.

The monthly accounts receivable values, published at the Canada level, are based on a panel of department store organizations which are known to have accounts receivable. Data for late respondents are estimated by applying the monthly percentage change in accounts receivable, calculated from the reporting organizations, to the previous month's data of each organization that was late in reporting.

Data Reliability

Non-sampling Errors

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the organizations listed at the end of this publication. The survey can be considered as a complete census of the population under consideration and therefore not subject to sampling errors; however, even under a census situation, with a complete enumeration each month of all known department store locations, errors in published data can occur. These errors, called non-sampling errors, are present whether a sample or a complete census of the population is taken and can be attributed to one or more of the following sources:

Coverage error. This error can result from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

Data response error. This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses under different modes of communication.

par rayon obtenues auprès des firmes déclarantes est appliquée au chiffre mensuel des ventes totales pour le pays afin d'établir une estimation des ventes par rayon pour l'ensemble du Canada.

Le chiffre des stocks mensuels par rayon publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes et des stocks. Pour chaque rayon, le rapport des ventes aux stocks (calculé à partir des déclarations des firmes) est appliqué à l'estimation des ventes mensuelles afin de produire une estimation des stocks pour le Canada.

Le chiffre des comptes à recevoir mensuel pour l'ensemble du pays provient des sociétés de grands magasins qui ont de tels comptes. Les données relatives aux enquêtes retardataires sont estimées comme suit: on calcule d'abord la variation en pourcentage des comptes à recevoir des firmes déclarantes, puis on la fait porter sur les chiffres du mois précédent de la firme retardataire.

Fiabilité des données

Erreurs non liées à l'échantillonnage

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins énumérées à la fin de cette publication. Étant donné qu'elle peut être considérée comme un recensement exhaustif de la population observée, elle ne risque pas de comporter des erreurs d'échantillonnage. Par contre, même les données publiées d'un recensement qui dénombre intégralement à chaque mois l'ensemble des points de vente connus des grands magasins peuvent être entachées d'erreurs. Celles-ci, dites non liées à l'échantillonnage, se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

Le champ couvert par l'enquête. L'erreur résulte d'un listing incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

La réponse. Ici, l'erreur peut être attribuable à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou aux variations, d'un interviewer à l'autre dans le mode de communication retenu, lorsqu'il s'agit d'expliquer des questions et l'interpréter des réponses.

Non-response error. Some respondents may refuse to answer questions, some are unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally increases with increases in the non-response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

Processing error. These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc.

Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control so that their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates of this publication all attempts have been made to minimize the non-sampling errors: department store locations have been defined in a most precise manner; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations; detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; and every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response burden.

Non-sampling Error Measures

One source of non-sampling error is the non-response error. Text Table I assists users in evaluating this error. Two response measures are derived, namely, the **response rate**, which is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication and the **response fraction**, which is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data.

The units used in the Department Store Sales and Stocks Survey for derivation of the response rate is based on (1) the survey unit - the 10 provinces, the two territories and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations and (2) the organizational unit - the department store firm (company) themselves. For example, a department store firm reporting for 20 stores in Ontario would be considered as one survey

La non-réponse. Certains enquêtés refusent de répondre, tandis que d'autres en sont incapables et encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur les non-répondants, lorsque celles-ci existent. On ne connaît généralement pas l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure qu'augmente le taux de non-réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

Le traitement. L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération et la totalisation.

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. En outre, il faut les cerner de sorte qu'elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. En ce qui concerne les estimations du présent bulletin, tout a été mis en oeuvre afin de minimiser ce genre d'erreurs. Ainsi, les points de vente des grands magasins ont été définis avec beaucoup de précision; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum le nombre d'interprétations éventuelles; les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; enfin, on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage

Parmi les erreurs non liées à l'échantillonnage, on retrouve l'erreur de non-réponse. Le tableau explicatif I donne deux mesures de la réponse qui aideront l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. Le **taux de réponse** représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication. La **fraction de réponse**, par contre, est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés.

Les unités utilisées pour calculer le taux de réponse de l'enquête sur les ventes et les stocks des grands magasins est fondée sur (1) les unités d'enquête - soit les 10 provinces, les deux territoires et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente et (2) les unités organisationnelles - les sociétés des grands magasins elles-mêmes. Par exemple, une société de grands magasins qui produit une déclaration pour 20 magasins en Ontario est considérée comme une unité d'en-

unit and one organizational unit while a firm reporting for five stores in Vancouver, 10 in British Columbia (excluding Vancouver) and two in Yukon would be considered as three survey units but only one organizational unit.

The data variables under consideration for derivation of the **response fraction** are sales, stocks and accounts receivable.

Text Table I gives the reliability of the survey data with respect to the non-response error. The response rate is given as the percentage of survey units and the corresponding organizational units which have responded in time for inclusion in this publication. The response fraction is given as the percentage of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores. For example, a cell of 20 organizational units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25% in terms of these units. If the five units represented \$8 million out of a published estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%. In cases such as these, the response rate alone would tend to underestimate the reliability of the estimate and both measures should be considered.

quête et une unité organisationnelle alors qu'une firme dont la déclaration porte sur cinq magasins à Vancouver, 10 en Colombie-Britannique (sauf Vancouver) et deux au Yukon représente trois unités d'enquête mais seulement une unité organisationnelle.

Les variables dont il faut tenir compte pour calculer la **fraction de réponse** sont les ventes, les stocks et les comptes à recevoir.

Le tableau explicatif I donne la fiabilité des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse. Le taux de réponse représente le pourcentage des unités d'enquête et des unités organisationnelles correspondantes qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans le présent bulletin. Par contre, la fraction de réponse constitue le pourcentage des données publiées qui sont fondées sur des renseignements effectivement déclarés par les grands magasins. Par exemple, le taux de réponse d'une cellule comportant 20 unités organisationnelles dont cinq répondent lors d'un mois donné atteindrait 25%. Cependant, si les cinq unités représentent \$8 millions sur l'estimation publiée de \$10 millions, la fraction de réponse s'élèverait à 80%. Comme le taux de réponse aurait, à lui seul, tendance à déprécier la fiabilité de l'estimation dans un tel cas, il faudrait tenir compte des deux unités de mesure.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1983
February

TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1983
Février

	Response rate		Response fraction
	Taux de réponse		Fraction de réponse
	Survey units	Organizational units	
	Unités d'enquête	Unités organisationnelles	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	99.1	95.7	99.9
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	56.5	92.6
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	34.8	68.0
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	73.3	87.1

Seasonal Adjustment

Time series contain the elements essential to the description, explanation and recasting of the behaviour of an economic phenomenon: "They are statistical records of the evolution of economic processes through time."(1) In using time series to observe economic activity, economists and statisticians have identified four characteristic behavioural components: the long-term movement or trend, the cycle, the seasonal variations and the irregular (fluctuations). These movements are caused by various economic, natural or institutional factors. The seasonal variations occur periodically on a more or less regular basis over the course of the year as a result of seasonal changes in weather, statutory holidays and other events which occur at fairly regular intervals and thus have a major impact on the rate of economic activity.

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X-11-ARIMA seasonal adjustment method(2) to seasonally adjust its time series. This method minimizes the impact of seasonal variations on the series and essentially consists of adding one year of raw data onto each end of the original series before it is seasonally adjusted per se. The estimated data are derived from forecasts and backcasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

The X-11 part of the X-11-ARIMA program performs primarily the ratio-to-moving average method to smooth the modified series and obtain a preliminary estimate of the trend-cycle, to calculate the ratios of the original series (fitted) to the estimates of the trend-cycle and to estimate the seasonal factors from these ratios. The final seasonal factors are produced only after these operations have been repeated several times.(3)

While seasonal adjustment permits a better understanding of the underlying trend-cycle of a series, the seasonally-adjusted series still contains an irregular component. Slight month-to-month variations in the seasonally adjusted series may be

"A Note on the Seasonal Adjustment of Economic Time Series," **Canada Statistical Review**, August 1974.

For further information see the **X-11-ARIMA Seasonal Adjustment Method**, by Estella Bee Dagum, Statistics Canada, Catalogue 12-564E, Occasional. See next page.

Désaisonnalisation

Les séries temporelles ou chronologiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. "Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps"(1). L'observation par les économistes et les statisticiens de l'activité économique à l'aide des séries temporelles a donc permis de distinguer quatre composantes principales du comportement des séries temporelles: la tendance à long terme ou trend, le mouvement cyclique, les variations saisonnières et les fluctuations irrégulières ou accidentelles. Ces mouvements sont causés par différents facteurs, soit économiques, naturels ou institutionnels. Les variations saisonnières sont les fluctuations périodiques plus ou moins régulières qui se produisent au cours d'une année en raison du cycle météorologique normal, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles avec une certaine régularité pour influencer de façon significative le taux d'activité.

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et de produire une meilleure prédiction, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI(2) afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. Cette technique consiste essentiellement à ajouter une année de données brutes à chacune des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolations prospectives et retrospectives réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressifs à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

La partie X-11 du programme X-11-ARMMI fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série modifiée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, pour calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle et pour estimer les facteurs saisonniers à partir de ces dits rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises(3).

Bien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent n'être que de

(1) La désaisonnalisation des séries temporelles économiques: quelques remarques; tiré à part de la **Revue statistique du Canada**, Août 1974.

(2) Pour plus ample information voir La **méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI**, par Estella Bee Dagum, Statistique Canada, no. 12-564F au catalogue, hors série.

(3) Voir page suivante.

simple irregular movements; to get a better idea of the underlying trend, then, users must examine several months of seasonally adjusted series.

To assist the user, the Months of Cyclical Dominance number, MCD, is provided.(3) The MCD is the shortest monthly span for which a certain ratio becomes and remains less than one, that is, the ratio for which the absolute average percentage change of the trend-cycle of the seasonally adjusted series becomes greater than the absolute average percent change of the irregular component. The MCD can be interpreted as the number of months over which a change in the seasonally adjusted series must move in a given direction before one can be reasonably certain that the trend-cycle of that series also has moved in the given direction. Clearly small MCD's are desirable and indicative of a smooth series. Applying a moving average to the seasonally adjusted data of MCD length tends to smooth irregular movements which may obscure the underlying trend-cycle. The MCD moving average provides a method of reducing all types of series to approximately the same degree of smoothness whatever the size of the irregular component in the original series.

Constant Dollar Estimates

To obtain constant dollar estimates of total department store sales (Text Table II), estimates of sales by department group are deflated using department group implicit price indices supplied by the Industry Product Division of Statistics Canada. These deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars. The published price index is an implicit index calculated by dividing the total current dollar sales estimate by the total constant dollar sales estimate.

Data Confidentiality

Statistics Canada is prohibited by law from publishing any statistics which would divulge information relating to any identifiable business without the previous consent in writing of that business(4). The disclosure of data likely to reveal specific information on the activity of a particular company is therefore systematically and rigorously controlled and regulated to

(3) See Tables 30 and 31.

(4) See Section 16 of the Statistics Act (Chapter 15), entitled "Secrecy".

simples mouvements irréguliers; pour avoir une meilleure idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

À cette fin, on retient l'usage des mois dominance cyclique, ou MDC.(3) Il s'agit du plus petit nombre de mois pour lesquels un certain rapport devient et reste inférieur à l'unité autrement dit, il s'agit de la période pendant laquelle le taux de variation moyen absolu de la tendance-cycle de la série désaisonnalisée est supérieur à celui de la composante irrégulière. Le MDC peut être considéré comme le nombre de mois que doit durer une variation de la série désaisonnalisée dans une direction donnée avant qu'on puisse être raisonnablement certain que la tendance-cycle de la série évolue dans la même direction. Ainsi, un MDC peu élevé est souhaitable puisqu'il indique la présence d'une série lisse. L'application d'une moyenne mobile aux données désaisonnalisées de période égale au MDC tend à lisser les mouvements irréguliers pouvant dissimuler la tendance-cycle fondamentale. La méthode de la moyenne mobile du MDC permet de réduire tous les genres de série à peu près au même niveau de lissage, quelle que soit la taille de la composante irrégulière dans la série initiale.

Estimations en dollars constants

Afin d'obtenir la valeur estimative de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants (tableau explicatif II), les estimations des ventes relatives aux principaux groupes de départements sont dégonflées au moyen d'indices implicites de prix appropriés fournis par la Division du produit industriel de Statistique Canada. Les estimations de ces groupes de rayons ainsi dégonflées sont par la suite totalisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants. L'indice des prix qui est publié est un indice implicite obtenu en divisant le chiffre estimatif des ventes totales en dollars courants par l'estimation correspondante en dollars constants.

Confidentialité des données

La loi interdit à Statistique Canada de diffuser au grand public des données qui pourraient servir à identifier une entreprise ou certaines de ses caractéristiques, sans avoir obtenu préalablement l'autorisation écrite de cette dernière(4). Ainsi, le dévoilement de données susceptibles de révéler des renseignements précis sur l'activité d'une entreprise particulière est systématiquement contrôlé suivant des dispositions

(3) Voir les tableaux 30 et 31.

(4) Voir l'article 16, intitulée Secret, du chapitre 15 de la Loi sur la statistique.

EXT TABLE II. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1981-1983

TABLEAU EXPLICATIF II. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1981-1983

Period	Price index	Current dollars unadjusted	Year/year per cent change	Constant 1971 dollars unadjusted	Year/year per cent change
Période	Indice des prix	Dollars courants non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1971 non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année
		'000	%	'000	%
81:					
January - Janvier	185.2	643,821	+ 14.5	347,636	+ 4.0
February - Février	189.3	568,767	+ 9.1	300,458	- 0.7
March - Mars	190.0	688,718	+ 11.3	362,483	+ 2.0
April - Avril	192.1	793,595	+ 16.0	413,116	+ 6.4
May - Mai	193.5	822,881	+ 7.1	425,261	- 1.0
June - Juin	193.3	835,934	+ 20.8	432,454	+ 12.0
July - Juillet	193.2	757,743	+ 6.8	392,207	- 1.5
August - Août	195.2	786,492	+ 7.5	402,915	- 0.9
September - Septembre	195.7	848,390	+ 5.3	433,516	- 2.6
October - Octobre	198.1	892,549	+ 8.3	450,555	- 0.6
November - Novembre	199.0	1,036,498	+ 4.6	520,853	- 3.1
December - Décembre	198.1	1,542,685	+ 5.8	778,741	- 1.7
Year - Année	194.3	10,218,073	+ 9.1	5,260,195	+ 0.6
82:					
January - Janvier	198.6	600,079	- 6.8	302,155	- 13.1
February - Février	204.8	577,906	+ 1.6	282,181	- 6.1
March - Mars	204.1	694,447	+ 0.8	340,248	- 6.1
April - Avril	206.4	791,728	- 0.2	383,589	- 7.1
May - Mai	208.5	811,119	- 1.4	389,025	- 8.5
June - Juin	207.4	790,742	- 5.4	381,264	- 11.8
July - Juillet	205.7	763,975	+ 0.8	371,402	- 5.3
August - Août	206.8	775,460	- 1.4	374,981	- 6.9
September - Septembre	205.2	859,926	+ 1.4	419,035	- 3.3
October - Octobre	208.0	859,089	- 3.7	413,020	- 8.3
November - Novembre	208.8	1,073,558	+ 3.6	514,156	- 1.3
December - Décembre	208.4	1,608,323	+ 4.3	771,748	- 0.9
Year - Année	206.5	10,206,352	- 0.1	4,942,804	- 6.0
83:					
January - Janvier	206.6	623,426	+ 3.9	301,755	- 0.1
February - Février	213.2	604,104	+ 4.5	283,351	+ 0.4
March - Mars					
April - Avril					
May - Mai					
June - Juin					
July - Juillet					
August - Août					
September - Septembre					
October - Octobre					
November - Novembre					
December - Décembre					
Year - Année					

prevent the publication or disclosure of any information deemed confidential. The rules regarding the confidentiality of parts of the results of merchandising surveys are therefore applied in such a way that no data are shown for cells (or statistical units) composed of fewer than three companies or of three or more if these are dominated by one or two companies. Then, in the publication itself, the information is withheld on this designated cell by entering an "X" in the appropriate boxes.

Another way of preserving data confidentiality without having to enter an "X" is to combine (consolidate) the information from selected regions (or selected cells) for the same item. The data in question can then simply be aggregated and published in a less detailed, but still confidential, form. For example, in many cases the data for the Northwest Territories and the Yukon are included with the British Columbia data.

The rigorous application of these rules preserves the confidentiality of the information and ultimately has little effect on the dissemination of merchandising survey results.

Explanatory Notes

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios(5) are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stocks ratios(6) are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the January issue of this publication.

(5) See Table 26.

(6) See Table 27.

strictes de telle sorte qu'aucun renseignement jugé secret ne soit publié ou divulgué. L'application des règles sur le caractère secret d'une partie des résultats des enquêtes sur le commerce s'établit donc de manière à ce qu'aucune donnée ne soit révélée pour des cellules (ou unités statistiques) composées de moins de trois compagnies, ou encore de trois ou plus lorsque celles-ci sont dominées par une ou deux compagnies. Par la suite l'information concernant ces cellules est dissimulée en inscrivant un X aux différents postes visés dans la publication.

Une autre façon de préserver le caractère confidentiel de l'information sans pour autant avoir à mettre des "X", consiste à grouper (consolider) pour certaines régions (ou certaines cellules) l'information d'un même poste. Il suffit alors d'agréger les données visées et de les présenter sous une forme moins détaillée mais qui respecte la consigne de confidentialité. Par exemple dans bien des cas, les données relatives aux Territoires du Nord-Ouest et du Yukon sont incluses avec celles de la Colombie-Britannique.

Ainsi, par l'application rigoureuse de ces règles, le caractère privé de l'information est préservé et n'affecte que très marginalement en fin de compte la diffusion des résultats des enquêtes sur le commerce.

Notes explicatives

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication est fondée sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elle tient compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elle ne se limite pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient les ratios stocks-ventes(5) en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient les ratios ventes-stocks(6) en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement.

La liste de référence des marchandises, qui décrit en détail les produits de chacun des rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de janvier.

(5) Voir tableau 26.

(6) Voir tableau 27.

Revisions to department store sales and stocks are published yearly in the March issue of this publication. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The number of shopping days that this publication is based on varies from month to month. See Text Table III for the number of shopping days the current publication is based on.

Les chiffres révisés des ventes et des stocks des grands magasins sont publiés chaque année dans le numéro de mars du présent bulletin. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Le tableau explicatif III donne le nombre de jours pour la période la plus récente.

TEXT TABLE III. Number of Shopping Days, by Month, 1982 and 1983

TABLEAU EXPLICATIF III. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1982 et 1983

	1983		1982	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	25	4	25	5
February - Février	24	4	24	4
March - Mars	27	4	27	4
April - Avril	25	5	25	4
May - Mai	25	4	26	5
June - Juin	26	4	26	4
July - Juillet	25	5	26	5
August - Août	26	4	26	4
September - Septembre	25	4	25	4
October - Octobre	25	5	25	5
November - Novembre	26	4	26	4
December - Décembre	26	5	26	3

Chart — 1

Graphique —

Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981 – 1983

Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1981 – 1983

\$ millions

\$ million

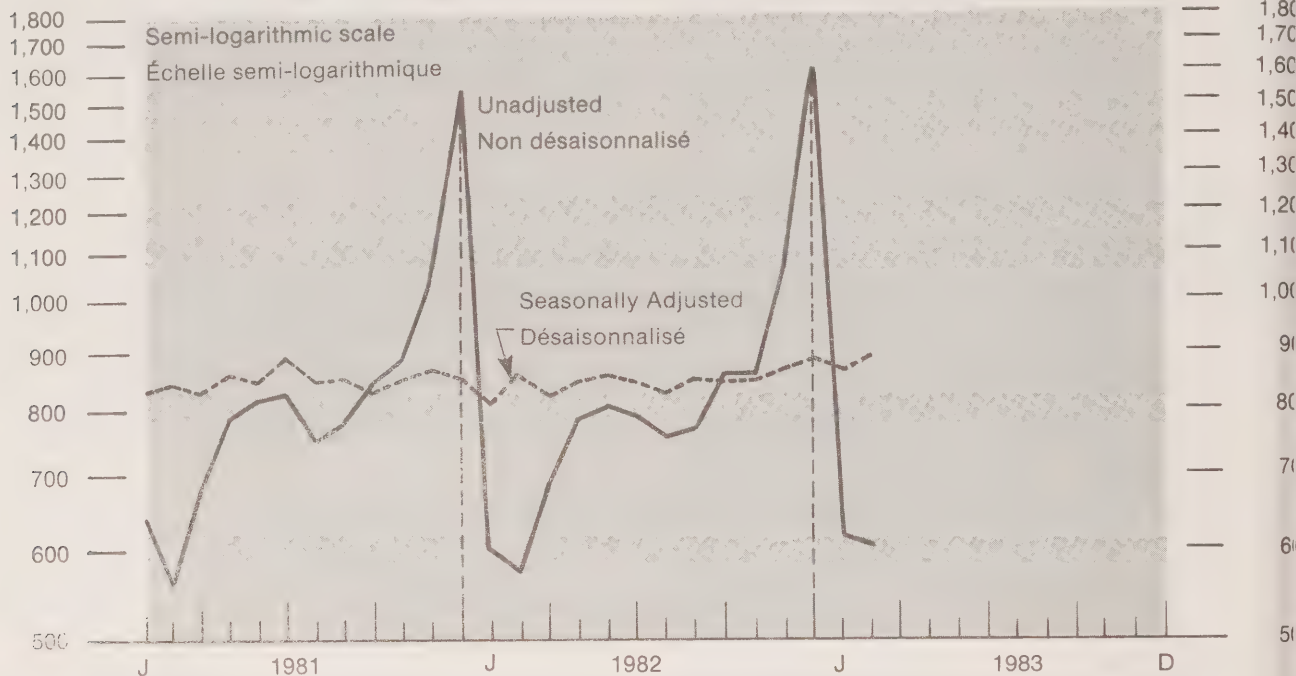


Chart — 2

Graphique —

Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981 – 1983

Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1981 – 1983

\$ billions — \$ milliards

\$ billions — \$ milliards

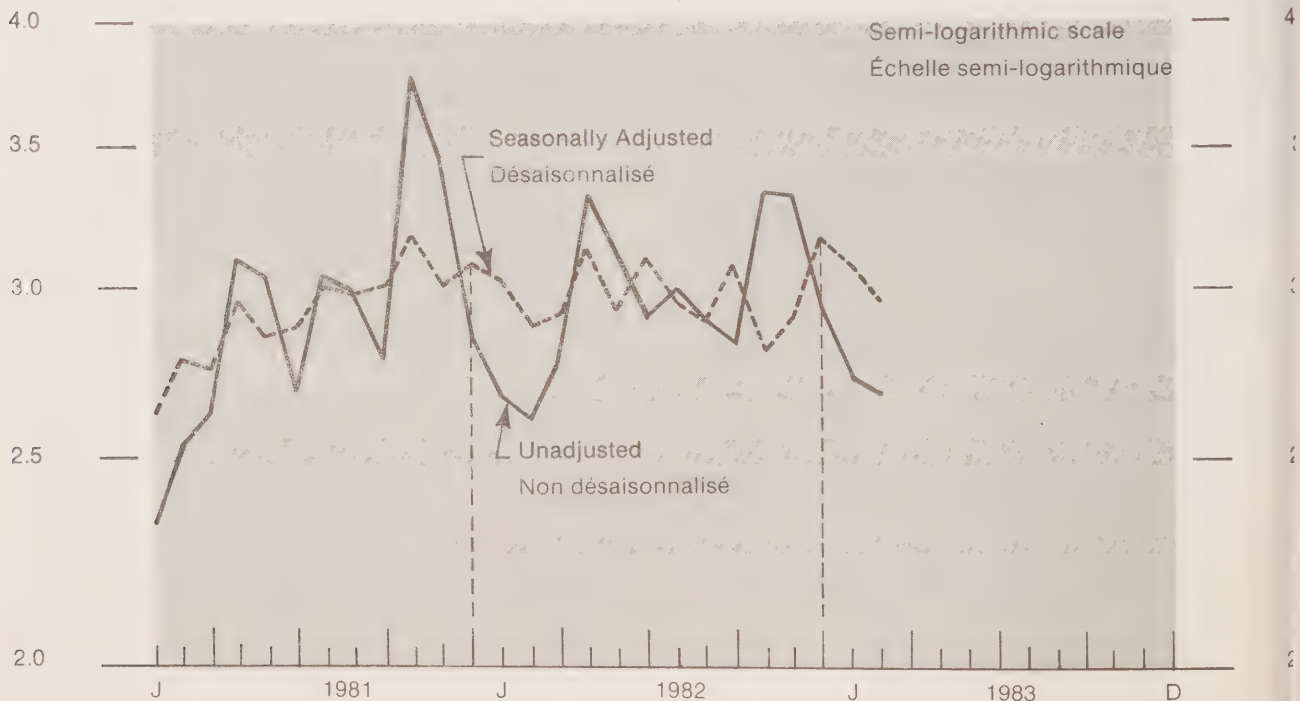


Chart — 3
 Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1981 – 1983
 Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1981 – 1983

Graphique — 3

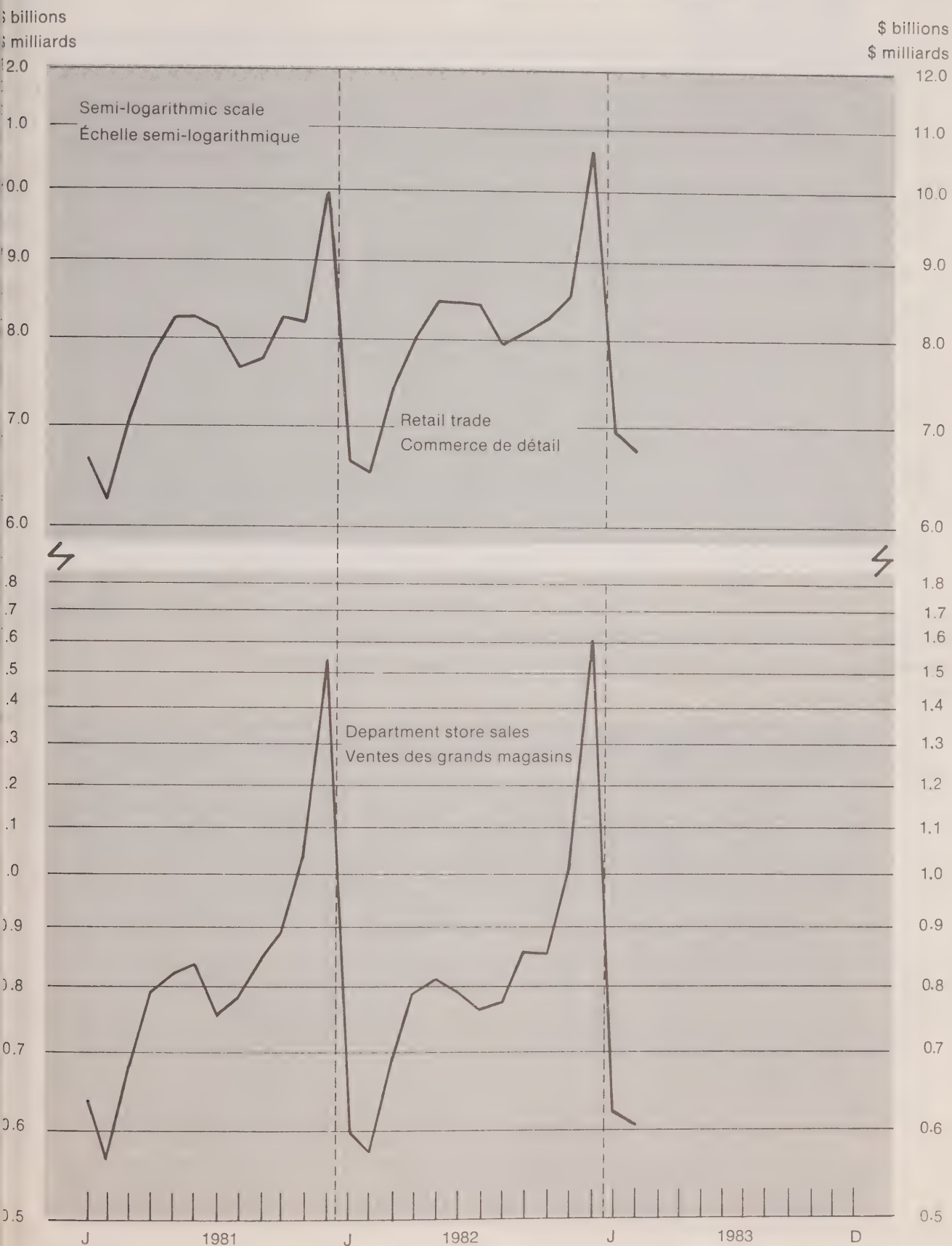


Chart — 4

Graphique —

Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1981 – 1983
Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1981 – 1983

\$ millions

\$ million

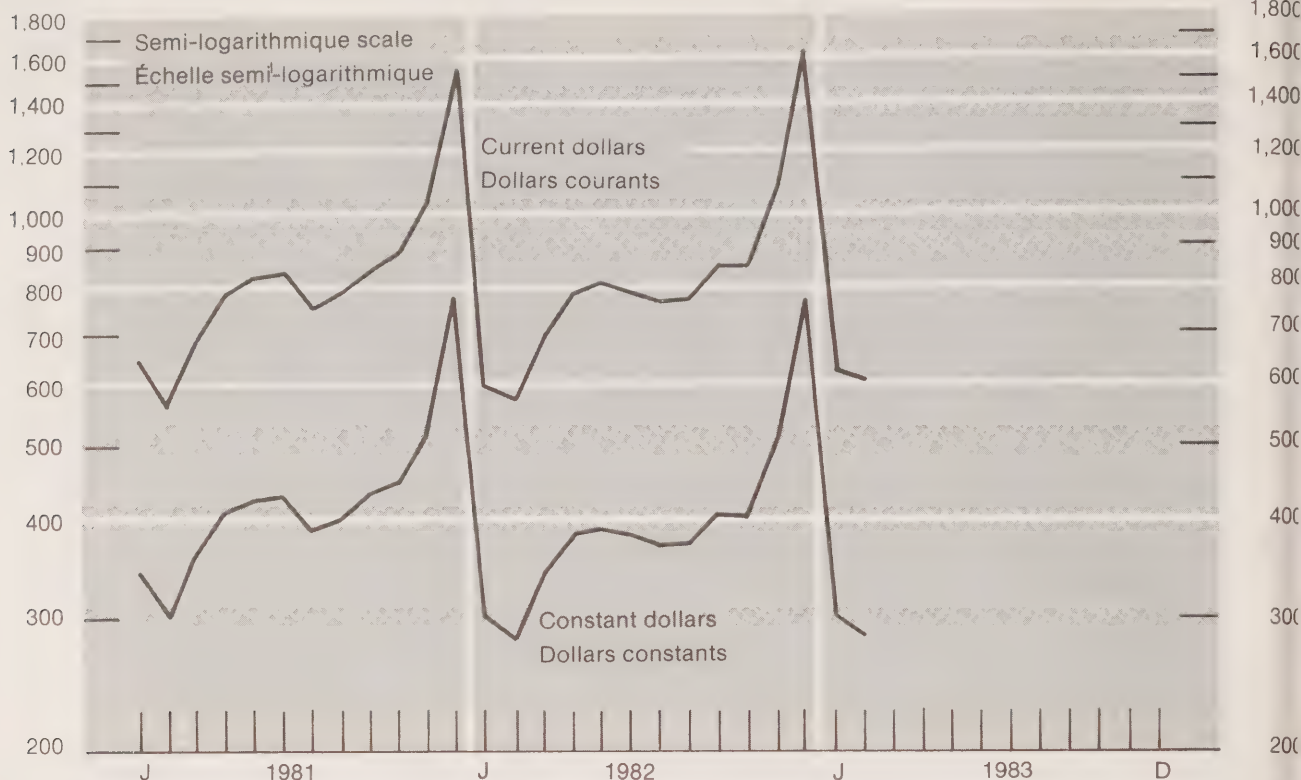


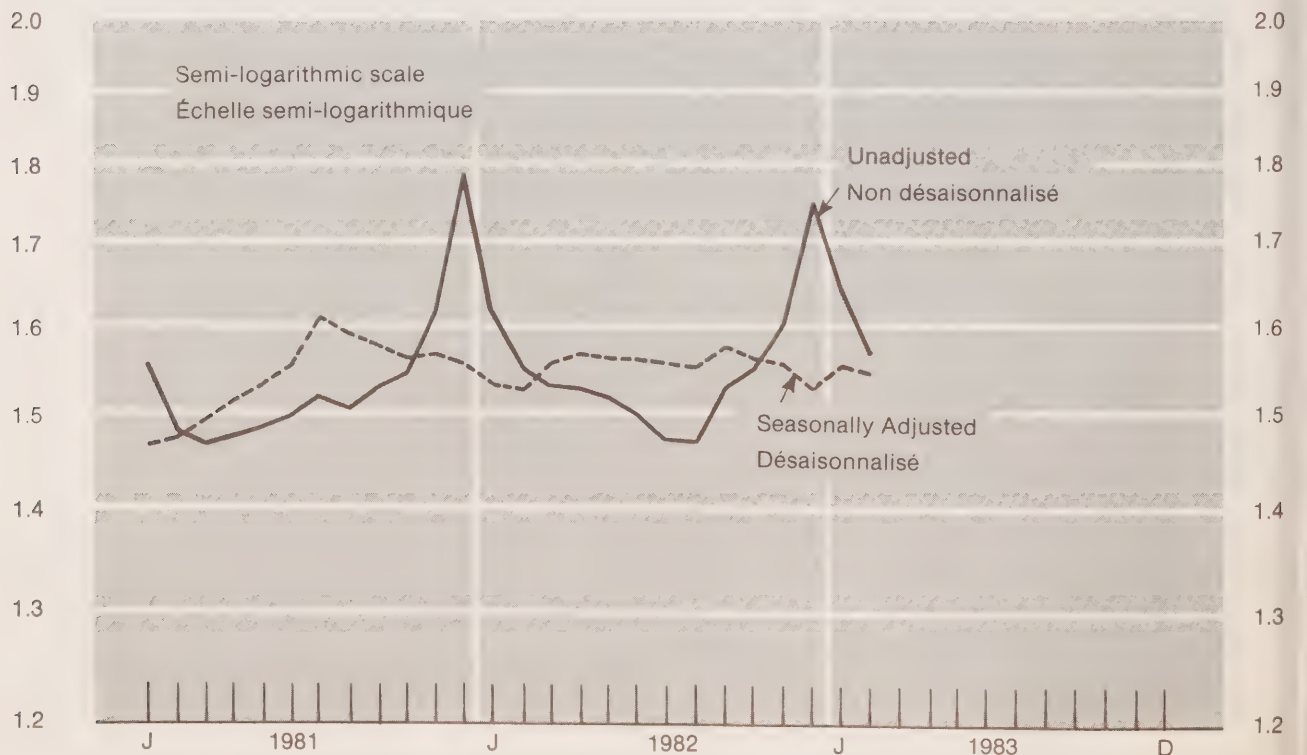
Chart — 5

Graphique — 5

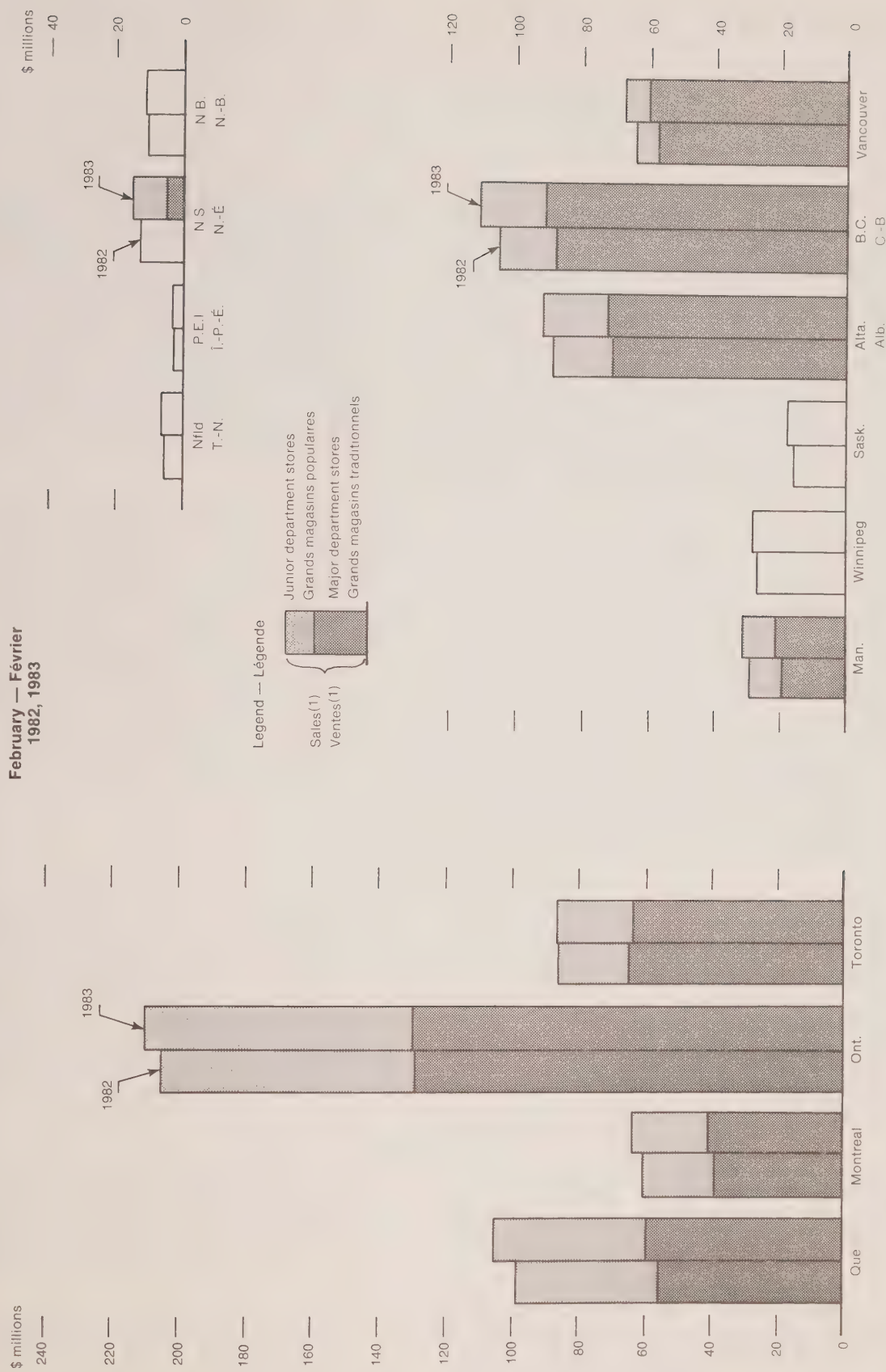
Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1981 – 1983
Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981 – 1983

\$ milliards - \$ billions

\$ milliards - \$ billion



Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisations



(1) For reasons of confidentiality, the split between the two groups (Major-Junior) is not shown for some regions.

(1) Pour raisons de confidentialité, nous ne mentionnons pas pour certaines régions la subdivision en deux groupes (Traditionnels-Populaires).

HIGHLIGHTS

Department stores sales, seasonally adjusted, were 4.0% higher in February 1983 than in January 1983, and totalled \$895.2 million. Compared to the previous month, sales were higher in 28 of the 40 departments surveyed, with the highest increases in china and glassware (+ 23.6%), millinery (+ 16.3%) and repairs and services (+ 12.7%). On the other hand, lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings (- 8.6%), linens and domestics (- 7.3%) and gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies (- 6.6%) recorded the largest decreases.

Total department store sales for February 1983, without adjustment for seasonal variations, went up by 4.5% over the same month last year to \$604.1 million. Among the 28 departments registering increased sales, repairs and services (+ 29.7%) plumbing, heating and building materials (+ 20.9%) and television, radio and music (+ 19.6%) were the departments showing the largest gains, while the highest drops were reported in hardware, paints, wallpaper, etc. (- 19.0%), gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies (- 13.1%) and sporting goods and luggage (- 9.8%).

With the exception of Yukon and Northwest Territories (- 8.6%) which registered a sales decrease compared to a year earlier, all the remaining provinces showed department store sales increases with gains ranging from + 2.4% in Ontario to + 13.5% in Saskatchewan. Of the 10 metropolitan areas covered by this survey, the largest sales increase was in Halifax-Dartmouth (+ 14.4%), while the largest decrease was in Calgary (- 2.9%).

Total sales by the major department store organizations increased 3.5% over the same period last year to \$400.1 million while junior department store organizations sales were 6.6% higher with \$204.0 million.

Cumulative sales for the first two months of 1983, increased 4.2% over the same period last year and reached \$1,227.5 million.

POINTS SAILLANTS

Les ventes désaisonnalisées des grands magasins ont augmenté de 4.0% de janvier à février 1983 pour totaliser \$895.2 millions. Par rapport au mois antécédent, 28 des 40 rayons couverts par l'enquête ont signalé des hausses de ventes. On a noté les accroissements de ventes les plus appréciables dans les rayons de porcelaine et verrerie (+ 23.6%), de chapeaux (+ 16.3%) et de services et travaux de réparation (+ 12.7%). D'autre part les rayons des lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison (- 8.6%), de literie et linge de maison (- 7.3%), et d'essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures (- 6.6%) ont enregistré les plus fortes baisses de ventes.

Le total des ventes des grands magasins pour le mois de février 1983, sans ajustements pour les variations saisonnières, a été de 4.5% supérieure au total des ventes du même mois l'an passé, pour ainsi se chiffrer à \$604.1 millions. Des 28 rayons rapportant des accroissements de leurs ventes, les hausses les plus significatives ont été enregistrées pour les rayons des services et travaux de réparation (+ 29.7%), matériel de plomberie, chauffage et construction (+ 20.9%) et de télévision, radio et musique (+ 19.6%). Les baisses de ventes les plus notables ont été constatées pour les rayons de quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc. (- 19.0%), d'essence, huile, accessoires d'automobiles, réparation et fournitures (- 13.1%) et d'articles de sport et valises (- 9.8%).

À l'exception du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest (- 8.6%) qui ont enregistré une diminution de leurs ventes comparativement à celles de l'année dernière, toutes les autres provinces ont montré des accroissements de leurs ventes variant de 2.4% en Ontario à 13.5% en Saskatchewan. Des dix régions métropolitaines qui sont couvertes par cette enquête, l'augmentation des ventes la plus remarquable a été notée à Halifax-Dartmouth (+ 14.4%) tandis que la baisse de ventes la plus appréciable a été enregistrée à Calgary (- 2.9%).

Les ventes des organisations de grands magasins traditionnel se sont accrues de 3.5% pour atteindre \$400.1 millions alors que les ventes des organisations des grands magasins populaires ont augmenté de 6.6% pour totaliser \$204.0 millions.

Les ventes cumulatives des deux premiers mois de 1983 ont été de 4.2% supérieure à celles enregistrées pour la même période l'an passé et ont atteint \$1,227.5 millions.

The retail value of stocks held in February 1983 by department store organizations, not seasonally adjusted, increased 2.6% compared to the same month a year earlier to \$2,686.8 million. The seasonally adjusted value of February total stocks was 3.7% lower than January 1983 at \$2,958.4 million.

In February 1983, there were 795 retail locations operated by department stores, 8 stores less than in January 1983 and 11 less than in February 1982. Of this number, 336 stores were operated by major department store organizations and 459 by the junior department store organizations.

In relation to total retail trade, department store sales in February 1983 accounted for 8.9% of all retail sales, unchanged from the market share calculated for the previous year.

La valeur marchande des stocks maintenus par les organisations de grands magasins en février 1983, sans correction des variations saisonnières, a été de \$2,686.8 millions; soit 2.6% de plus qu'en février 1982. La valeur désaisonnalisée du niveau des stocks a quant à elle reculé de 3.7% par rapport au mois précédent pour se chiffrer à \$2,958.4 millions.

On a dénombré 795 points de vente au détail opérés par les grands magasins en février 1983, soit 8 de moins qu'au mois de janvier 1983 et 11 de moins qu'en février 1982. De ce nombre 336 étaient opérés par des organisations de grands magasins traditionnels et 459 par les organisations des grands magasins populaires.

Les ventes des grands magasins ont contribué 8.9% de l'ensemble du commerce de détail en février 1983, et ont ainsi conservé la même part du marché qu'à la même date l'année dernière.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983

No.	Department	1983		1982					
		January	February	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
		thousands of dollars							
		milliers de dollars							
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	8,000	9,881	10,515	13,752	17,504	20,909	17,713	15,442
2	Women's and misses' coats and suits	10,723	10,458	9,982	14,248	14,442	7,239	5,514	6,852
3	Women's and misses' sportswear	28,150	33,825	29,081	39,553	46,006	50,966	43,691	42,236
4	Furs	4,549	5,129	3,399	2,942	682	584	600	1,743
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	16,675	16,265	15,318	19,462	24,022	21,728	19,975	20,559
6	Girls' and teenage girls' wear	8,145	10,262	9,932	15,209	16,916	15,631	13,812	13,200
7	Lingerie and women's sleepwear	10,209	11,139	10,269	12,327	15,114	16,169	14,963	15,370
8	Intimate apparel	7,304	6,903	6,620	8,473	9,821	10,002	9,781	9,298
9	Millinery	1,248	1,014	892	1,164	1,164	973	884	937
10	Women's and girls' hosiery	8,084	7,586	6,687	8,687	10,305	9,269	8,211	6,870
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	8,462	8,016	7,850	10,661	12,799	12,467	10,763	9,477
12	Women's, misses' and children's footwear	13,164	13,026	11,946	19,350	24,904	24,820	21,959	17,547
13	Men's clothing	20,728	20,025	20,974	31,839	32,873	31,956	34,822	24,905
14	Men's furnishings	22,542	22,525	20,470	26,494	30,679	32,116	41,477	31,437
15	Boys' clothing and furnishings	6,444	6,563	6,080	9,159	12,078	10,692	9,958	8,916
16	Men's and boys' footwear	8,868	9,056	7,882	11,630	16,039	15,822	15,145	11,615
17	Food and kindred products	47,381	58,103	56,337	50,655	59,920	57,659	49,657	50,769
18	Toiletries, cosmetics and drugs	37,336	37,530	33,602	38,125	41,291	40,212	40,368	40,718
19	Photographic equipment and supplies	9,261	8,365	7,960	9,423	11,189	11,046	13,690	13,730
20	Piece goods	3,456	3,554	3,848	4,921	4,760	4,558	4,016	3,589
21	Linens and domestics	28,304	16,064	14,543	18,188	19,863	20,828	24,776	26,567
22	Smallwares and notions	9,028	7,082	7,079	7,596	7,753	6,309	6,490	6,863
23	China and glassware	7,526	8,433	7,485	9,533	10,004	10,802	9,503	10,000
24	Floor coverings	9,403	9,453	9,638	11,422	11,862	11,299	11,557	11,691
25	Draperies, curtains and furniture coverings	10,267	10,365	9,312	13,546	14,957	14,608	15,864	15,154
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6,757	7,577	5,584	7,012	6,800	7,122	7,098	7,637
27	Furniture	38,133	30,277	31,181	35,745	36,630	40,456	39,381	43,626
28	Major appliances	33,665	27,780	27,544	31,403	31,730	32,420	35,622	41,554
29	Television, radio and music	35,142	24,086	23,480	29,072	28,213	25,000	27,482	30,271
30	Housewares and small electrical appliances	25,485	19,180	25,215	24,140	29,542	31,997	30,992	32,535
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	17,735	16,401	20,257	20,568	26,286	35,716	30,751	26,766
32	Plumbing, heating and building materials	7,715	7,747	6,404	7,385	10,670	12,885	11,003	11,774
33	Jewellery	9,595	11,687	11,294	15,407	16,885	17,963	17,432	16,696
34	Toys and games	8,046	9,298	7,822	9,712	14,068	11,793	12,307	13,446
35	Sporting goods and luggage	18,064	17,512	16,080	21,002	28,150	35,060	36,356	31,773
36	Stationery, books and magazines	19,259	19,368	18,133	18,491	20,175	19,630	20,578	19,930
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	12,734	11,980	12,756	17,703	18,161	17,787	18,055	18,433
38	Meals and lunches	18,021	16,954	18,418	20,083	19,573	19,027	19,629	19,629
39	Repairs and services	7,763	6,193	6,319	7,739	7,850	7,350	7,135	6,489
40	All other departments	20,555	20,502	19,718	22,625	30,048	38,249	31,732	27,921
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	623,426	604,104	577,906	694,447	791,728	811,119	790,742	763,975

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1982					Change - Variation		Rayon	
August	September	October	November	December	February/ January 1983	February 1983/1982		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Février/ janvier 1983	Février 1983/1982		
Thousands of dollars					per cent			10
milliers de dollars					pourcentage			
14,684	16,187	15,203	18,125	23,107	+ 23.5	- 6.0	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
16,922	17,602	22,926	25,036	21,964	- 2.5	+ 4.8	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
43,786	57,198	44,112	51,616	68,894	+ 20.2	+ 16.3	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
1,744	2,673	4,143	5,920	6,317	- 31.2	- 7.9	Fourrures	4
25,310	24,461	25,065	27,166	37,054	- 2.5	+ 6.2	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
22,918	18,293	15,013	19,626	26,599	+ 26.0	+ 3.3	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
13,048	16,856	16,904	25,016	45,822	+ 9.1	+ 8.5	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
9,326	10,644	8,915	10,587	14,401	- 5.5	+ 4.3	Sous-vêtements	8
976	1,579	2,130	3,497	4,449	- 18.8	+ 13.7	Chapeaux	9
8,173	12,633	11,787	13,043	18,138	- 8.6	+ 10.5	Bas pour dames et fillettes	10
10,539	15,631	15,421	22,451	36,067	- 5.3	+ 2.1	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
21,766	28,145	26,137	30,942	31,104	- 1.0	+ 9.0	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
27,990	38,610	36,156	50,613	66,294	- 3.4	- 4.5	Vêtements pour hommes	13
32,116	39,768	37,967	57,801	110,068	- 0.1	+ 10.0	Articles d'habillement pour hommes	14
17,859	11,927	11,577	14,679	24,055	+ 1.8	+ 7.9	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
13,300	16,733	15,248	20,628	24,363	+ 1.9	+ 14.6	Chaussures pour hommes et garçons	16
56,810	49,302	54,835	67,554	81,188	+ 22.6	+ 3.1	Produits alimentaires et connexes	17
40,417	41,747	45,925	56,506	110,219	+ 0.5	+ 11.7	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
13,210	12,750	12,143	15,651	32,660	- 9.7	+ 5.1	Appareils et fournitures photographiques	19
4,435	5,489	5,509	5,561	4,654	+ 2.8	- 7.6	Tissus à la pièce	20
24,419	28,296	25,604	27,881	43,883	- 43.2	+ 10.5	Literie et linge de maison	21
7,502	10,608	9,823	10,965	12,607	- 21.6	-	Menus articles	22
9,214	12,420	10,756	16,439	34,915	+ 12.1	+ 12.7	Porcelaine et verrerie	23
10,402	11,555	13,856	14,121	11,645	+ 0.5	- 1.9	Revêtements de plancher	24
13,146	13,448	14,424	16,321	18,349	+ 0.4	+ 10.7	Tentures, rideaux et housses	25
7,205	8,515	8,906	12,733	21,114	- 18.4	- 1.2	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
35,418	38,348	39,172	40,456	42,085	- 20.6	- 2.9	Meubles	27
32,333	38,390	40,546	42,791	43,559	- 17.6	+ 0.7	Gros appareils ménagers	28
30,756	42,882	37,758	50,792	80,166	- 20.1	+ 19.6	Télévision, radio et musique	29
30,423	31,952	35,470	43,031	79,727	+ 14.5	+ 15.8	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
22,932	23,160	27,897	25,797	35,583	- 7.5	- 19.0	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
8,855	9,471	10,164	10,337	12,242	+ 7.3	+ 20.9	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
15,879	21,376	17,986	27,984	65,780	+ 15.5	- 1.8	Bijouterie	33
12,192	12,366	20,874	44,475	80,781	+ 15.6	+ 18.9	Jouets et jeux	34
23,762	23,489	20,678	27,718	50,997	- 19.7	- 9.8	Articles de sport et valises	35
27,698	27,368	22,388	32,907	68,108	+ 0.6	+ 6.8	Papeterie, livres et revues	36
15,982	15,261	19,543	22,217	22,753	- 13.0	- 13.1	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
19,637	19,985	20,015	23,950	32,401	- 5.9	- 7.9	Repas et casse-croûtes	38
6,792	7,409	9,006	11,914	13,436	+ 5.5	+ 29.7	Services et travaux de réparation	39
25,584	25,399	27,107	28,711	50,775	- 1.2	+ 3.0	Tous autres rayons	40
775,460	859,926	859,089	1,073,558	1,608,323	- 3.1	+ 4.5	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

TABLE 2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983(1)

Department	1983		1982				
	January	February	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	thousands of dollars						
	milliers de dollars						
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	14,152	15,017	15,946	15,838	15,911	16,231	15,349
2 Women's and misses' coats and suits	14,740	15,289	14,589	13,722	15,291	13,468	13,332
3 Women's and misses' sportswear	47,939	53,051	45,503	44,678	46,307	47,261	44,347
4 Furs	2,690	2,693	2,941	4,384	2,604	3,162	3,488
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	24,594	24,078	22,678	22,795	23,779	23,874	22,732
6 Girls' and teenage girls' wear	16,177	16,765	16,246	16,660	16,753	17,207	15,841
7 Lingerie and women's sleepwear	19,125	19,028	17,529	16,733	17,974	16,836	16,814
8 Intimate apparel	9,604	9,859	9,448	9,088	9,144	9,376	8,722
9 Millinery	1,572	1,828	1,607	1,584	1,583	1,522	1,453
10 Women's and girls' hosiery	10,041	10,188	9,193	9,425	9,661	9,500	9,714
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	14,740	13,980	13,671	13,835	14,717	13,925	13,015
12 Women's, misses' and children's footwear	22,069	23,619	21,664	21,554	22,704	23,783	23,110
13 Men's clothing	32,870	33,867	35,391	34,313	35,512	36,875	36,349
14 Men's furnishings	39,423	41,528	37,638	38,181	39,262	40,876	39,970
15 Boys' clothing and furnishings	12,029	12,169	11,247	10,789	12,301	12,447	12,548
16 Men's and boys' footwear	14,646	15,481	13,474	13,625	14,450	15,996	14,674
17 Food and kindred products	57,725	59,844	58,254	54,223	56,448	56,495	56,021
18 Toiletries, cosmetics and drugs	49,452	49,973	44,698	45,338	45,365	44,189	46,135
19 Photographic equipment and supplies	13,362	14,144	13,437	13,472	13,704	13,040	13,889
20 Piece goods	4,118	4,151	4,496	4,513	4,409	4,368	4,413
21 Linens and domestics	28,021	25,977	23,461	23,599	23,526	23,266	26,439
22 Smallwares and notions	8,550	8,365	8,370	8,061	8,302	8,122	8,442
23 China and glassware	11,446	14,152	12,597	13,004	12,887	12,285	11,269
24 Floor coverings	11,684	11,517	11,772	12,050	12,001	11,282	12,066
25 Draperies, curtains and furniture coverings	13,815	15,160	13,689	14,722	13,886	14,394	14,986
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	9,130	8,348	8,446	8,456	7,763	8,664	8,843
27 Furniture	36,473	40,569	41,685	37,845	40,178	38,347	39,123
28 Major appliances	35,572	39,491	39,250	34,912	35,244	31,988	35,217
29 Television, radio and music	40,384	40,129	33,566	34,122	36,254	33,320	37,740
30 Housewares and small electrical appliances	37,857	41,048	35,473	31,982	34,347	33,158	34,612
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	25,081	24,484	30,240	25,797	24,649	29,510	27,288
32 Plumbing, heating and building materials	10,698	11,124	9,208	8,680	9,536	10,723	8,697
33 Jewellery	20,489	21,179	21,516	22,048	21,046	20,450	20,566
34 Toys and games	23,651	24,578	20,704	19,644	21,054	19,544	21,542
35 Sporting goods and luggage	24,888	25,581	28,343	29,584	27,496	30,811	30,259
36 Stationery, books and magazines	25,679	28,143	26,300	24,443	25,473	24,080	25,414
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	17,427	16,270	18,706	17,672	17,013	18,262	17,739
38 Meals and lunches	21,398	21,214	23,043	21,027	20,530	20,045	20,311
39 Repairs and services	9,245	10,416	8,046	8,330	8,579	7,923	7,111
40 All other departments	30,166	30,037	29,121	26,756	26,296	28,410	28,751
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	860,848	895,234	856,240	822,512	842,892	850,497	843,908

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1982 et 1983(1)

1982						Change - Variation			
July	August	September	October	November	December	February/ January 1983	Rayon		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Février/ janvier 1983			
Thousands of dollars						per cent			N ^o
milliers de dollars						pourcentage			
15,644	16,001	15,834	15,934	17,131	16,242	+ 6.1	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles		1
14,329	16,069	13,437	14,030	16,717	13,792	+ 3.7	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles		2
46,809	45,572	45,762	42,715	44,139	45,589	+ 10.7	Vêtements sport pour dames et jeunes filles		3
3,639	1,899	2,583	3,253	3,437	2,573	+ 0.1	Fourrures		4
22,503	24,269	22,017	22,144	23,286	22,912	- 2.1	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants		5
15,994	16,458	15,627	15,205	16,259	16,669	+ 3.6	Vêtements de fillettes et d'adolescentes		6
16,728	18,010	18,264	18,382	17,670	17,667	- 0.5	Lingerie et vêtements de nuit pour dames		7
8,993	9,786	10,127	9,910	10,784	10,201	+ 2.7	Sous-vêtements		8
1,507	1,612	1,735	1,503	1,731	1,735	+ 16.3	Chapeaux		9
9,439	10,076	10,901	10,473	11,069	10,968	+ 1.5	Bas pour dames et fillettes		10
13,550	14,143	14,698	14,750	15,040	14,672	- 5.2	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes		11
22,427	22,233	22,165	21,574	24,887	22,829	+ 7.0	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants		12
34,205	34,184	34,806	32,809	35,349	34,564	+ 3.0	Vêtements pour hommes		13
40,459	44,013	42,670	40,138	38,140	40,816	+ 5.3	Articles d'habillement pour hommes		14
11,293	12,912	11,129	11,476	12,163	12,115	+ 1.2	Vêtements et articles d'habillement pour garçons		15
13,634	14,598	14,743	13,850	16,850	15,161	+ 5.7	Chaussures pour hommes et garçons		16
56,700	56,998	55,904	57,685	57,522	57,094	+ 3.7	Produits alimentaires et connexes		17
45,373	47,388	46,551	49,070	49,484	49,187	+ 1.1	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments		18
13,309	13,749	13,726	13,922	13,673	13,533	+ 5.9	Appareils et fournitures photographiques		19
4,616	4,926	4,723	4,683	4,721	4,805	+ 0.8	Tissus à la pièce		20
23,752	25,519	25,226	25,538	25,645	26,735	- 7.3	Literie et linge de maison		21
8,091	8,948	9,043	8,609	9,217	8,393	- 2.2	Menus articles		22
12,003	11,977	12,854	12,943	11,768	12,745	+ 23.6	Porcelaine et verrerie		23
11,371	11,426	11,024	11,713	11,512	11,053	- 1.4	Revêtements de plancher		24
13,415	14,042	12,770	13,394	14,684	15,462	+ 9.7	Tentures, rideaux et housses		25
8,592	8,664	8,540	9,230	9,256	9,503	- 8.6	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'aménagement pour la maison		26
35,517	36,642	35,859	39,508	39,346	41,980	+ 11.2	Meubles		27
33,938	31,912	34,595	38,527	42,540	38,830	+ 11.0	Gros appareils ménagers		28
35,129	35,050	38,497	36,149	38,796	37,782	- 0.6	Télévision, radio et musique		29
33,014	34,536	34,305	39,473	34,933	35,691	+ 8.4	Articles de ménage et petits appareils élec- triques		30
26,530	25,694	23,896	26,057	24,441	24,978	- 2.4	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.		31
10,704	9,349	9,466	9,064	10,465	12,165	+ 4.0	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction		32
21,862	21,499	21,404	22,238	20,082	21,102	+ 3.4	Bijouterie		33
20,327	21,079	20,579	20,824	19,199	21,049	+ 3.9	Jouets et jeux		34
27,600	28,271	28,151	26,043	25,383	26,201	+ 2.8	Articles de sport et valises		35
26,335	26,863	25,423	25,639	26,040	28,194	+ 9.6	Papeterie, livres et revues		36
18,216	17,432	16,815	16,291	17,898	16,539	- 6.6	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures		37
19,861	19,993	20,569	19,917	21,451	22,061	- 0.9	Repas et casse-croûtes		38
7,083	7,604	7,503	8,119	8,731	10,156	+ 12.7	Services et travaux de réparation		39
27,514	29,030	30,768	29,916	29,765	31,504	- 0.4	Tous autres rayons		40
31,311	850,005	843,975	847,980	866,681	878,961	+ 4.0	TOTAL, TOUTS RAYONS		41

1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983

Province	1983		1982					
	January	February	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juill
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	5,973	6,167	5,825	7,660	9,298	10,060	9,668	9,4
2 Prince Edward Island	4,088	3,308	2,956	3,744	4,285	4,446	4,797	6,0
3 Nova Scotia	15,152	14,552	13,146	16,382	20,455	20,369	20,303	19,9
4 New Brunswick	11,285	11,429	10,191	13,040	16,625	17,813	17,440	16,8
5 Quebec	113,689	105,666	98,370	118,529	145,086	151,798	135,809	134,6
6 Ontario	220,389	209,538	204,722	241,668	275,573	289,219	277,394	268,6
7 Manitoba	30,338	30,908	29,484	37,860	43,247	43,038	40,902	41,2
8 Saskatchewan	18,851	18,137	15,984	19,564	22,876	23,277	22,476	22,9
9 Alberta	92,346	92,023	89,528	107,825	118,352	117,905	121,211	111,0
10 British Columbia	109,447	110,510	105,658	125,556	133,329	130,256	137,522	130,1
11 Yukon and Northwest Territories	1,868	1,866	2,042	2,620	2,602	2,938	3,220	2,5
12 CANADA	623,426	604,104	577,906	694,447	791,728	811,119	790,742	763,5

TABLE 4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983		1982					
	January	February	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Calgary	35,506	35,568	36,626	44,827	47,244	46,836	48,110	44,000
2 Edmonton	42,323	41,986	39,763	47,049	54,107	53,478	54,215	49,000
3 Halifax-Dartmouth	8,865	8,301	7,259	8,677	11,094	10,412	10,004	9,000
4 Hamilton	16,494	15,417	15,603	18,213	21,081	21,650	20,474	19,000
5 Montreal	69,878	64,081	60,945	72,444	89,467	89,527	79,362	78,000
6 Ottawa-Hull	27,571	24,135	22,154	28,777	33,061	34,977	32,654	31,000
7 Quebec City	15,486	13,658	12,624	15,388	18,963	21,038	19,196	18,000
8 Toronto	91,876	86,317	86,224	99,286	109,794	112,200	109,463	105,000
9 Vancouver	66,859	67,579	64,243	76,470	79,239	78,330	80,407	75,000
10 Winnipeg	27,586	28,058	26,800	34,351	39,272	38,966	36,918	37,000

BLEAU 3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1982 et 1983

82	Change - Variation							
August	September	October	November	December	February/ January 1983	February 1983/1982	Province	
août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Février/ janvier 1983	Février 1983/1982		
Thousands of dollars - milliers de dollars								N°
10,021	9,903	11,067	13,775	19,875	+ 3.2	+ 5.9	Terre-Neuve	1
5,098	5,230	5,086	6,019	9,477	- 19.1	+ 11.9	Île-du-Prince-Édouard	2
1,808	22,345	23,885	32,319	51,652	- 4.0	+ 10.7	Nouvelle-Écosse	3
6,964	17,601	19,217	25,692	36,671	+ 1.3	+ 12.1	Nouveau-Brunswick	4
2,230	148,399	154,620	178,943	280,237	- 7.1	+ 7.4	Québec	5
2,376	305,188	302,705	387,573	598,465	- 4.9	+ 2.4	Ontario	6
0,344	46,588	44,257	57,953	80,873	+ 1.9	+ 4.8	Manitoba	7
2,792	25,635	25,662	34,458	47,067	- 3.8	+ 13.5	Saskatchewan	8
1,077	125,582	127,275	158,132	218,739	- 0.3	+ 2.8	Alberta	9
6,910	150,496	142,202	175,741	260,278	+ 1.0	+ 4.6	Colombie-Britannique	10
1,841	2,958	3,112	2,954	4,990	- 0.1	- 8.6	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
1,460	859,926	859,089	1,073,558	1,608,323	- 3.1	+ 4.5	CANADA	12

BLEAU 4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

2	Change - Variation							
ust	September	October	November	December	February/ January 1983	February 1983/1982	Certaines zones métropolitaines	
t	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Février/ janvier 1983	Février 1983/1982		
Thousands of dollars - milliers de dollars								Nº
,635	49,281	49,690	61,436	84,142	+ 0.2	- 2.9	Calgary	1
,992	57,361	57,129	70,906	97,287	- 0.8	+ 5.6	Edmonton	2
,970	12,820	13,419	17,887	27,088	- 6.4	+ 14.4	Halifax-Dartmouth	3
,178	22,578	22,174	28,431	46,262	- 6.5	- 1.2	Hamilton	4
,744	91,348	93,644	108,605	170,734	- 8.3	+ 5.1	Montréal	5
,095	36,920	37,657	44,801	66,080	- 12.5	+ 8.9	Ottawa-Hull	6
,777	20,723	21,461	25,300	36,172	- 11.8	+ 8.2	Ville de Québec	7
,665	126,920	121,498	156,823	242,788	- 6.1	+ 0.1	Toronto	8
,222	91,441	85,071	104,703	156,081	+ 1.1	+ 5.2	Vancouver	9
,432	42,384	40,028	52,572	72,593	+ 1.7	+ 4.7	Winnipeg	10

TABLE 5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983

Province	1983		1982					
	January	February	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	5,561	5,025	x	x	x	x	x	x
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	63,028	59,932	56,009	68,858	81,067	83,063	73,948	73,714
6 Ontario	139,304	130,111	129,584	151,871	166,003	169,784	164,109	159,248
7 Manitoba	20,927	21,103	19,818	26,132	28,201	26,829	26,205	26,399
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	74,681	72,922	71,402	87,310	92,714	89,415	94,099	84,406
10 British Columbia	91,080	91,592	88,188	105,361	107,860	104,021	109,380	103,284
11 Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	x	x	x
12 CANADA	416,073	400,107	386,451	467,207	506,180	504,670	498,570	477,615

TABLE 6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983		1982					
	January	February	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Calgary	29,040	28,473	29,114	36,656	36,350	35,223	37,456	33,647
2 Edmonton	35,144	34,295	32,890	39,084	43,953	42,105	43,381	39,048
3 Halifax-Dartmouth	5,252	4,637	x	x	x	x	x	x
4 Hamilton	12,516	11,640	11,943	13,875	15,936	16,165	15,114	14,840
5 Montreal	42,362	41,194	39,667	48,192	56,661	55,322	48,659	48,943
6 Ottawa-Hull	18,458	15,667	14,639	19,329	19,953	22,267	21,006	20,563
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x	x	x
8 Toronto	69,002	64,180	65,256	74,976	80,710	80,223	78,069	75,481
9 Vancouver	59,276	60,052	57,641	68,857	69,932	68,830	69,984	66,095
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983

Change - Variation								
August	September	October	November	December	February/ January 1983	February 1983/1982	Province	
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Février/ janvier 1983	Février 1983/1982		N°
Thousands of dollars - milliers de dollars								
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
x	x	x	x	x	- 9.6	x	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
5,393	88,696	90,751	106,763	156,138	- 4.9	+ 7.0	Québec	5
9,596	196,784	189,082	245,792	355,232	- 6.6	+ 0.4	Ontario	6
3,890	33,309	29,310	39,694	52,740	+ 0.8	+ 6.5	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
5,868	100,475	99,298	124,170	168,176	- 2.4	+ 2.1	Alberta	9
7,775	125,830	115,913	143,087	207,619	+ 0.6	+ 3.9	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
0,451	583,344	562,694	708,644	1,009,315	- 3.8	+ 3.5	CANADA	12

LEAU 6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

[illegible]

TABLE 7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983

Province	1983		1982					
	January	February	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	9,591	9,527	x	x	x	x	x	x
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	50,662	45,734	42,360	49,671	64,018	68,736	61,861	60,981
6 Ontario	81,085	79,427	75,138	89,797	109,569	119,435	113,290	109,358
7 Manitoba	9,411	9,805	9,666	11,727	15,046	16,208	14,697	14,895
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	17,665	19,101	18,126	20,516	25,639	28,490	27,112	26,662
10 British Columbia	18,367	18,918	17,470	20,195	25,468	26,234	28,142	26,883
11 Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	x	x	x
12 CANADA	207,353	203,997	191,455	227,240	285,547	306,449	292,172	286,351

TABLE 8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983		1982					
	January	February	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Calgary	6,466	7,095	7,513	8,171	10,894	11,613	10,654	10,671
2 Edmonton	7,179	7,691	6,874	7,965	10,154	11,373	10,834	10,484
3 Halifax-Dartmouth	3,613	3,664	x	x	x	x	x	x
4 Hamilton	3,978	3,778	3,661	4,337	5,146	5,485	5,360	5,021
5 Montreal	27,516	22,887	21,278	24,251	32,806	34,205	30,704	29,781
6 Ottawa-Hull	9,114	8,467	7,515	9,449	13,108	12,711	11,648	10,451
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x	x	x
8 Toronto	22,873	22,137	20,968	24,310	29,084	31,978	31,394	30,031
9 Vancouver	7,583	7,527	6,602	7,613	9,307	9,500	10,423	9,851
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983

1982					Change - Variation			
August	September	October	November	December	February/ January 1983	February 1983/1982	Province	
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Février/ janvier 1983	Février 1983/1982		
thousands of dollars - milliers de dollars								Nº
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
x	x	x	x	x	- 0.7	x	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
65,837	59,703	63,870	72,180	124,099	- 9.7	+ 8.0	Québec	5
112,780	108,405	113,623	141,780	243,232	- 2.0	+ 5.7	Ontario	6
14,454	13,280	14,947	18,260	28,133	+ 4.2	+ 1.4	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
27,209	25,107	27,977	33,962	50,563	+ 8.1	+ 5.4	Alberta	9
25,135	24,666	26,289	32,654	52,659	+ 3.0	+ 8.3	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
295,010	276,582	296,395	364,914	599,009	- 1.6	+ 6.6	CANADA	12

TABLEAU 8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

[illegible]

TABLE 9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983

TABLE 2. NUMBER OF ALL DEPENDENTS							
Province	1983	1982					
	January	February	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	number - nombre						
1 Newfoundland	14	14	14	14	14	14	14
2 Prince Edward Island	7	7	7	7	7	7	7
3 Nova Scotia	32	32	30	30	30	30	30
4 New Brunswick	25	24	26	26	26	26	26
5 Quebec	164	161	163	164	164	164	164
6 Ontario	301	299	294	296	297	297	298
7 Manitoba	38	38	37	38	38	38	38
8 Saskatchewan	29	29	26	26	27	28	28
9 Alberta	84	84	82	82	82	82	82
10 British Columbia	102	101	98	98	100	101	102
11 Yukon and Northwest Territories	7	6	7	7	7	7	7
12 CANADA	803	795	784	788	792	794	796

TABLE 10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983	1982					
	January	February	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	number - nombre						
1 Calgary	27	27	27	27	27	27	27
2 Edmonton	32	32	31	31	31	31	31
3 Halifax-Dartmouth	13	13	11	11	11	11	11
4 Hamilton	24	23	24	24	24	24	24
5 Montreal	80	79	80	80	80	80	80
6 Ottawa-Hull	32	31	31	31	31	31	31
7 Quebec City	19	19	17	17	17	17	17
8 Toronto	88	88	86	87	88	88	89
9 Vancouver	42	41	39	39	39	39	40
10 Winnipeg	30	30	29	30	30	30	30

TABLEAU 9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1982 et 1983

1982							N ^o
July	August	September	October	November	December	Province	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
Number - nombre							
14	14	14	14	14	14	Terre-Neuve	1
7	7	7	7	7	7	Île-du-Prince-Édouard	2
30	31	32	32	32	32	Nouvelle-Écosse	3
26	25	25	25	25	25	Nouveau-Brunswick	4
64	162	162	163	164	164	Québec	5
796	299	299	300	301	301	Ontario	6
38	38	38	38	38	38	Manitoba	7
28	28	28	29	29	29	Saskatchewan	8
82	83	83	84	84	84	Alberta	9
102	102	102	101	102	102	Colombie-Britannique	10
7	7	7	7	7	7	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
794	796	797	800	803	803	CANADA	12

TABLEAU 10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1982							N ^o
July	August	September	October	November	December	Certaines zones métropolitaines	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
Number - nombre							
27	27	27	27	27	27	Calgary	1
31	32	32	32	32	32	Edmonton	2
11	12	13	13	13	13	Halifax-Dartmouth	3
24	24	24	24	24	24	Hamilton	4
30	79	79	80	80	80	Montréal	5
31	32	32	32	32	32	Ottawa-Hull	6
17	17	18	18	19	19	Ville de Québec	7
37	86	87	88	89	88	Toronto	8
40	41	41	41	41	42	Vancouver	9
30	30	30	30	30	30	Winnipeg	10

TABLE 11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983

Province	1983		1982				
	January	February	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	number - nombre						
1 Newfoundland	8	8	8	8	8	8	8
2 Prince Edward Island	3	3	3	3	3	3	3
3 Nova Scotia	6	6	5	5	5	5	5
4 New Brunswick	5	4	6	6	6	6	6
5 Quebec	58	55	58	58	58	58	58
6 Ontario	113	111	110	111	112	112	113
7 Manitoba	18	18	18	18	18	18	18
8 Saskatchewan	15	15	14	14	14	15	15
9 Alberta	51	51	51	51	51	51	51
10 British Columbia	60	60	59	59	60	61	61
11 Yukon and Northwest Territories	6	5	6	6	6	6	6
12 CANADA	343	336	338	339	341	343	344

TABLE 12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983		1982				
	January	February	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	number - nombre						
1 Calgary	15	15	15	15	15	15	15
2 Edmonton	19	19	19	19	19	19	19
3 Halifax-Dartmouth	5	5	4	4	4	4	4
4 Hamilton	15	14	15	15	15	15	15
5 Montreal	31	30	32	32	32	32	32
6 Ottawa-Hull	13	12	13	13	13	13	13
7 Quebec City	7	7	6	6	6	6	6
8 Toronto	40	40	40	41	42	42	42
9 Vancouver	26	26	26	26	26	26	26
10 Winnipeg	13	13	13	13	13	13	13

TABLEAU 11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983

1982						
July	August	September	October	November	December	Province
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	
number - nombre						
8	8	8	8	8	8	Terre-Neuve 1
3	3	3	3	3	3	Île-du-Prince-Édouard 2
5	5	6	6	6	6	Nouvelle-Écosse 3
6	5	5	5	5	5	Nouveau-Brunswick 4
58	57	58	58	58	58	Québec 5
111	112	112	113	113	113	Ontario 6
18	18	18	18	18	18	Manitoba 7
15	15	15	15	15	15	Saskatchewan 8
51	51	51	51	51	51	Alberta 9
61	61	61	60	60	60	Colombie-Britannique 10
6	6	6	6	6	6	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest 11
342	341	343	343	343	343	CANADA 12

TABLEAU 12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1982						
July	August	September	October	November	December	Certaines zones métropolitaines
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	
number - nombre						
15	15	15	15	15	15	Calgary 1
19	19	19	19	19	19	Edmonton 2
4	4	5	5	5	5	Halifax-Dartmouth 3
15	15	15	15	15	15	Hamilton 4
32	31	31	31	31	31	Montréal 5
13	13	13	13	13	13	Ottawa-Hull 6
6	6	7	7	7	7	Ville de Québec 7
40	39	40	40	40	40	Toronto 8
26	26	26	26	26	26	Vancouver 9
13	13	13	13	13	13	Winnipeg 10

TABLE 13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983

Province	1983	1982					
	January	February	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	number - nombre						
1 Newfoundland	6	6	6	6	6	6	6
2 Prince Edward Island	4	4	4	4	4	4	4
3 Nova Scotia	26	26	25	25	25	25	25
4 New Brunswick	20	20	20	20	20	20	20
5 Quebec	106	106	105	106	106	106	106
6 Ontario	188	188	184	185	185	185	185
7 Manitoba	20	20	19	20	20	20	20
8 Saskatchewan	14	14	12	12	13	13	13
9 Alberta	33	33	31	31	31	31	31
10 British Columbia	42	41	39	39	40	40	41
11 Yukon and Northwest Territories	1	1	1	1	1	1	1
12 CANADA	460	459	446	449	451	451	452

TABLE 14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

		1983		1982				
Selected metropolitan areas		January	February	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.		number - nombre						
1	Calgary	12	12	12	12	12	12	12
2	Edmonton	13	13	12	12	12	12	12
3	Halifax-Dartmouth	8	8	7	7	7	7	7
4	Hamilton	9	9	9	9	9	9	9
5	Montreal	49	49	48	48	48	48	48
6	Ottawa-Hull	19	19	18	18	18	18	18
7	Quebec City	12	12	11	11	11	11	11
8	Toronto	48	48	46	46	46	46	47
9	Vancouver	16	15	13	13	13	13	14
10	Winnipeg	17	17	16	17	17	17	17

TABLEAU 13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983

1982						
July	August	September	October	November	December	Province
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	
number - nombre						Nº
6	6	6	6	6	6	Terre-Neuve 1
4	4	4	4	4	4	Île-du-Prince-Édouard 2
25	26	26	26	26	26	Nouvelle-Écosse 3
20	20	20	20	20	20	Nouveau-Brunswick 4
106	105	104	105	106	106	Québec 5
185	187	187	187	188	188	Ontario 6
20	20	20	20	20	20	Manitoba 7
13	13	13	14	14	14	Saskatchewan 8
31	32	32	33	33	33	Alberta 9
41	41	41	41	42	42	Colombie-Britannique 10
1	1	1	1	1	1	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest 11
452	455	454	457	460	460	CANADA 12

TABLEAU 14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1982						
July	August	September	October	November	December	Certaines zones métropolitaines
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	
number - nombre						Nº
12	12	12	12	12	12	Calgary 1
12	13	13	13	13	13	Edmonton 2
7	8	8	8	8	8	Halifax-Dartmouth 3
9	9	9	9	9	9	Hamilton 4
48	48	48	49	49	49	Montréal 5
18	19	19	19	19	19	Ottawa-Hull 6
11	11	11	11	12	12	Ville de Québec 7
47	47	47	48	49	48	Toronto 8
14	15	15	15	15	16	Vancouver 9
17	17	17	17	17	17	Winnipeg 10

TABLE 15. Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983
January-February

TABLEAU 15. Ventés cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983
Janvier-février

No.	Department Rayon	Sales - Ventés		Change 1983/1982
		1982	1983	Variation 1983/1982
		thousands of dollars		per cent
		milliers de dollars		pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	18,679	17,881	- 4.3
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	20,406	21,181	+ 3.8
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sport pour dames et jeunes filles	54,245 7,590	61,975 7,678	+ 14.3 + 1.2
4	Furs - Fourrures			
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	30,747	32,940	+ 7.1
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes	17,382	18,407	+ 5.9
7	Lingerie and women's sleeperwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	19,216	21,348	+ 11.1
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	13,283	14,207	+ 7.0
9	Millinery - Chapeaux	2,254	2,262	+ 0.4
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	14,219	15,472	+ 8.8
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	15,948	16,478	+ 3.3
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	24,911	26,190	+ 5.1
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes	43,402	40,750	- 6.1
14	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	41,810	45,067	+ 7.8
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habille- ment pour garçons	12,121 17,169	13,007 17,904	+ 7.3 + 4.3
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	17,169	17,904	+ 4.3
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	104,635	105,484	+ 0.8
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	67,074	74,866	+ 11.6
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photo- graphiques	16,993 7,714	17,626 7,010	+ 3.7 - 9.1
20	Piece goods - Tissus à la pièce	7,714	7,010	- 9.1
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison	38,231	44,368	+ 16.1
22	Smallwares and notions - Menus articles	15,774	16,110	+ 2.1
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie	14,804	15,959	+ 7.8
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	18,690	18,856	+ 0.9
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	18,836	20,574	+ 9.2
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	11,662 68,746	12,274 68,410	+ 5.2 - 0.5
27	Furniture - Meubles	62,799	61,415	- 2.2
28	Major appliances - Gros appareils ménagers			
29	Television, radio and music - Télévision, radio et musique	51,225	63,228	+ 23.4
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	48,112	54,674	+ 13.6
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	41,412	34,142	- 17.6
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	12,671	14,956	+ 18.0
33	Jewellery - Bijouterie	20,962	20,682	- 1.3
34	Toys and games - Jouets et jeux	14,737	17,344	+ 17.7
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	35,952	32,576	- 9.4
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	35,580	38,627	+ 8.6
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	28,915	23,814	- 17.6
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	36,732	34,975	- 4.8
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation	12,729	15,956	+ 25.4
40	All other departments - Tous autres rayons	39,618	40,857	+ 3.1
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	1,177,985	1,227,530	+ 4.2

TABLE 16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983
January-February

TABLER 16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1982 et 1983
Janvier-février

Province	Sales - Ventes		Change
			1983/1982
	1982	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	11,428	12,140	+ 6.2
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	6,267	7,396	+ 18.0
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	26,113	29,704	+ 13.8
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	20,401	22,714	+ 11.3
Québec	204,528	219,355	+ 7.2
Ontario	413,834	429,927	+ 3.9
Manitoba	58,405	61,246	+ 4.9
Saskatchewan	31,614	36,988	+ 17.0
Alberta	184,210	184,369	--
British Columbia - Colombie-Britannique	217,229	219,957	+ 1.3
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	3,955	3,734	- 5.6
CANADA	1,177,985	1,227,530	+ 4.2

TABLE 17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983
January-February

TABLER 17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines,
1982 et 1983
Janvier-février

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change
			1983/1982
	1982	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	75,985	71,074	- 6.5
Edmonton	81,606	84,309	+ 3.3
Halifax-Dartmouth	14,489	17,166	+ 18.5
Hamilton	30,995	31,911	+ 3.0
Montréal	126,719	133,959	+ 5.7
Ottawa-Hull	45,773	51,706	+ 13.0
Quebec City - Ville de Québec	26,360	29,144	+ 10.6
Toronto	174,025	178,193	+ 2.4
Vancouver	133,073	134,438	+ 1.0
Winnipeg	53,132	55,644	+ 4.7

TABLE 18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983
January-February

TABLERAU 18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983
Janvier-février

Province	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	x	10,586	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	117,097	122,960	+ 5.0
Ontario	260,107	269,415	+ 3.6
Manitoba	39,835	42,030	+ 5.5
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	148,916	147,603	- 0.9
British Columbia - Colombie-Britannique	181,687	182,672	+ 0.5
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	x	x
CANADA	790,855	816,180	+ 3.2

TABLE 19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983
January-February

TABLERAU 19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983
Janvier-février

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	61,198	57,513	- 6.0
Edmonton	68,313	69,439	+ 1.6
Halifax-Dartmouth	x	9,889	x
Hamilton	23,814	24,156	+ 1.4
Montréal	81,909	83,556	+ 2.0
Ottawa-Hull	30,460	34,125	+ 12.0
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	130,751	133,182	+ 1.9
Vancouver	119,311	119,328	--
Winnipeg	x	x	x

TABLE 20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983
January-February

TABLEAU 20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983
Janvier-février

Province	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	x	19,118	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	87,430	96,396	+ 10.3
Ontario	153,727	160,512	+ 4.4
Manitoba	18,571	19,216	+ 3.5
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	35,294	36,766	+ 4.2
British Columbia - Colombie-Britannique	35,542	37,285	+ 4.9
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	x	x
CANADA	387,130	411,350	+ 6.3

TABLE 21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983
January-February

TABLEAU 21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines,
1982 et 1983
Janvier-février

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	14,787	13,561	- 8.3
Edmonton	13,294	14,870	+ 11.9
Halifax-Dartmouth	x	7,277	x
Hamilton	7,182	7,756	+ 8.0
Montréal	44,810	50,403	+ 12.5
Ottawa-Hull	15,313	17,581	+ 14.8
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	43,274	45,010	+ 4.0
Vancouver	13,762	15,110	+ 9.8
Winnipeg	x	x	x

TABLE 22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1981-1983

TABLEAU 22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1981-1983

Period Période	Department stores Grands magasins		Major Traditionnels		Junior Populaires	
	Total					
	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution
	'000	%	'000	%	'000	%
1981:						
January - Janvier	643,821	100.0	442,269	68.7	201,552	31.3
February - Février	568,767	100.0	381,684	67.1	187,082	32.9
March - Mars	688,718	100.0	471,588	68.5	217,130	31.5
April - Avril	793,595	100.0	521,698	65.7	271,897	34.3
May - Mai	822,881	100.0	532,820	64.8	290,061	35.2
June - Juin	835,934	100.0	548,803	65.7	287,131	34.3
July - Juillet	757,743	100.0	485,895	64.1	271,848	35.9
August - Août	786,492	100.0	499,216	63.5	287,276	36.5
September - Septembre	848,390	100.0	575,366	67.8	273,024	32.2
October - Octobre	892,549	100.0	591,596	66.3	300,954	33.7
November - Novembre	1,036,498	100.0	686,067	66.2	350,430	33.8
December - Décembre	1,542,685	100.0	972,086	63.0	570,598	37.0
Year - Année	10,218,073	100.0	6,709,088	65.7	3,508,983	34.3
1982:						
January - Janvier	600,079	100.0	404,404	67.4	195,675	32.6
February - Février	577,906	100.0	386,451	66.9	191,455	33.1
March - Mars	694,447	100.0	467,207	67.3	227,240	32.7
April - Avril	791,728	100.0	506,180	63.9	285,547	36.1
May - Mai	811,119	100.0	504,670	62.2	306,449	37.8
June - Juin	790,742	100.0	498,570	63.1	292,172	36.9
July - Juillet	763,975	100.0	477,615	62.5	286,359	37.5
August - Août	775,460	100.0	480,451	62.0	295,010	38.0
September - Septembre	859,926	100.0	583,344	67.8	276,582	32.2
October - Octobre	859,089	100.0	562,694	65.5	296,395	34.5
November - Novembre	1,073,558	100.0	708,644	66.0	364,914	34.0
December - Décembre	1,608,323	100.0	1,009,315	62.8	599,009	37.2
Year - Année	10,206,352	100.0	6,589,545	64.6	3,616,807	35.4
1983:						
January - Janvier	623,426	100.0	416,073	66.7	207,353	33.3
February - Février	604,104	100.0	400,107	66.2	203,997	33.8
March - Mars						
April - Avril						
May - Mai						
June - Juin						
July - Juillet						
August - Août						
September - Septembre						
October - Octobre						
November - Novembre						
December - Décembre						
Year - Année						

TABLE 23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981-1983
February

TABLEAU 23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1981-1983
Février

Province and Selected Metropolitan Areas	Distribution			Change 1983/1982
	1981 ^r	1982	1983	Variation 1983/1982
Province et certaines zones métropolitaines	per cent - pourcentage			
Newfoundland - Terre-Neuve	5.5	5.3	5.3	-
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	12.6	12.9	12.5	- 3.1
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	6.7	6.7	6.9	+ 3.0
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	6.8	6.7	6.7	-
Québec	6.5	6.3	6.5	+ 3.2
Ontario	8.8	8.8	8.4	- 4.5
Manitoba	12.4	11.4	11.7	+ 2.6
Saskatchewan	6.6	5.8	6.4	+ 10.3
Alberta	12.0	11.6	12.4	+ 6.9
British Columbia - Colombie-Britannique	13.4	12.7	13.7	+ 7.9
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11.4	10.0	10.0	-
CANADA	9.1	8.9	8.9	-
Montréal	8.3	7.9	8.1	+ 2.5
Toronto	9.8	9.7	9.1	- 6.2
Winnipeg	18.0	16.1	16.3	+ 1.2
Vancouver	15.6	14.5	15.9	+ 9.7

TABLE 24. Department Store Monthly Stocks(1), by Department, Canada, 1982 and 1983

Department	1983		1982					
	January	February	February	March	April	May	June	July
No.	Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
	thousands of dollars							
	milliers de dollars							
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	36,432	39,827	46,324	49,956	61,422	53,996	44,779	50,075
2 Women's and misses' coats and suits	36,868	41,207	36,932	37,386	35,287	31,781	34,347	53,829
3 Women's and misses' sportswear	107,426	114,463	104,198	120,456	146,437	139,327	113,690	122,569
4 Furs	17,836	15,771	17,186	16,269	16,249	16,435	17,921	16,901
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	58,915	64,568	60,033	60,661	80,996	70,348	67,120	84,158
6 Girls' and teenage girls' wear	31,258	37,273	39,073	44,171	54,035	49,388	43,281	56,772
7 Lingerie and women's sleepwear	39,897	39,099	40,592	45,160	53,303	51,133	44,395	45,635
8 Intimate apparel	33,424	29,920	28,340	29,431	33,805	32,265	29,431	30,072
9 Millinery	2,102	1,866	1,194	1,029	1,228	1,319	1,142	1,151
10 Women's and girls' hosiery	26,254	26,790	21,453	24,788	28,088	28,136	26,223	29,365
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	39,618	39,966	38,123	41,945	49,058	45,061	36,849	41,291
12 Women's, misses' and children's footwear	75,549	81,500	94,059	109,852	127,461	115,719	104,305	103,144
13 Men's clothing	111,702	137,579	144,954	153,997	188,986	165,246	151,568	151,950
14 Men's furnishings	119,180	123,058	119,780	128,539	156,904	149,582	132,185	146,369
15 Boys' clothing and furnishings	37,083	39,551	37,910	37,033	43,855	38,244	34,101	51,118
16 Men's and boys' footwear	62,415	58,203	68,641	76,775	89,539	88,004	80,766	77,195
17 Food and kindred products	38,119	40,249	32,819	35,302	35,516	33,314	35,152	33,710
18 Toiletries, cosmetics and drugs	193,004	149,162	136,298	145,774	176,578	171,034	167,698	168,487
19 Photographic equipment and supplies	55,045	49,854	47,485	45,858	62,039	57,622	52,117	53,926
20 Piece goods	23,618	23,824	27,466	31,482	32,886	31,183	31,091	31,686
21 Linens and domestics	108,506	112,560	104,167	108,155	118,515	114,625	106,454	101,390
22 Smallwares and notions	35,739	35,053	32,999	34,159	43,815	43,739	41,995	43,017
23 China and glassware	84,102	88,609	84,356	87,916	89,585	94,417	88,675	91,333
24 Floor coverings	48,316	46,440	53,602	56,326	65,293	61,679	62,160	58,862
25 Draperies, curtains and furniture coverings	61,298	57,776	67,185	66,471	74,758	67,791	63,883	65,079
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	43,617	44,175	43,607	45,553	55,147	51,384	50,536	50,871
27 Furniture	181,679	165,287	197,657	199,513	228,763	213,091	196,515	195,498
28 Major appliances	55,572	57,648	57,690	57,243	65,702	61,359	57,572	60,881
29 Television, radio and music	134,764	131,777	113,348	121,728	143,899	135,821	134,059	128,410
30 Housewares and small electrical appliances	170,418	162,985	117,029	123,454	150,298	142,848	141,682	139,901
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	112,354	108,723	96,519	116,389	150,983	140,726	141,579	139,821
32 Plumbing, heating and building materials	39,957	34,939	31,260	31,762	43,256	34,229	33,689	34,599
33 Jewellery	117,632	110,023	113,175	119,253	133,470	128,962	119,789	118,055
34 Toys and games	75,546	72,948	67,604	69,487	88,032	75,209	69,867	76,257
35 Sporting goods and luggage	107,199	108,929	109,124	120,993	159,494	151,440	133,323	127,221
36 Stationery, books and magazines	90,122	86,102	77,322	78,563	93,255	96,064	94,589	103,269
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	52,060	50,341	44,780	41,673	55,367	51,576	47,686	47,899
38 Meals and lunches	1,275	1,192	959	799	797	741	733	689
39 Repairs and services	4,872	4,284	4,271	4,298	5,961	5,070	5,450	5,536
40 All other departments	53,646	53,321	58,607	64,393	84,704	80,703	70,706	68,642
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	2,724,419	2,686,842	2,618,121	2,783,992	3,324,766	3,120,611	2,909,103	3,006,633

(1) At selling value.

TABLEAU 24. Stocks(1) mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1982					Change - Variation		Rayon	N°
August	September	October	November	December	February/ January 1983	February 1983/1982		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Février/ janvier 1983	Février 1983/1982		
Thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
42,110	43,071	53,378	50,583	38,190	+ 9.3	- 14.0	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
56,166	68,444	65,591	51,973	39,832	+ 11.8	+ 11.6	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
117,549	113,814	133,312	138,390	110,112	+ 6.6	+ 9.9	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
18,268	17,581	22,888	20,370	19,495	- 11.6	- 8.2	Fourrures	4
70,317	70,793	83,445	72,788	69,427	+ 9.6	+ 7.6	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
47,476	51,846	50,839	52,016	34,210	+ 19.2	- 4.6	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
46,172	46,201	59,670	64,812	41,906	- 2.0	- 3.7	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
29,858	26,010	33,061	32,089	31,873	- 10.5	+ 5.6	Sous-vêtements	8
1,635	1,848	3,372	3,694	3,578	- 11.2	+ 56.3	Chapeaux	9
30,231	26,884	31,392	31,460	29,550	+ 2.0	+ 24.9	Bas pour dames et fillettes	10
42,804	44,074	55,220	59,143	41,323	+ 0.9	+ 4.8	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
100,597	98,004	108,974	96,642	92,278	+ 7.9	- 13.4	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
183,318	161,417	185,703	179,391	161,055	+ 23.2	- 5.1	Vêtements pour hommes	13
150,374	158,987	193,335	178,661	118,930	+ 3.3	+ 2.7	Articles d'habillement pour hommes	14
35,957	39,741	49,495	42,770	33,717	+ 6.7	+ 4.3	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
75,379	65,322	77,049	76,019	70,627	- 6.7	- 15.2	Chaussures pour hommes et garçons	16
28,550	32,625	36,602	44,883	34,784	+ 5.6	+ 22.6	Produits alimentaires et connexes	17
155,273	147,727	193,810	215,213	167,330	- 22.7	+ 9.4	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
54,882	50,093	68,055	62,582	48,245	- 9.4	+ 5.0	Appareils et fournitures photographiques	19
28,807	23,323	30,134	25,919	28,347	+ 0.9	- 13.3	Tissus à la pièce	20
89,195	84,877	97,554	115,664	121,003	+ 3.7	+ 8.1	Literie et linge de maison	21
38,498	35,601	37,224	35,317	45,140	- 1.9	+ 6.2	Menus articles	22
91,100	86,412	90,829	101,825	105,647	+ 5.4	+ 5.0	Porcelaine et verrerie	23
56,431	52,391	54,495	48,233	55,797	- 3.9	- 13.4	Revêtements de plancher	24
58,907	56,455	65,430	62,564	67,395	- 5.7	- 14.0	Tentures, rideaux et housses	25
51,391	48,686	59,593	56,245	45,733	+ 1.3	+ 1.3	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
182,060	170,103	189,140	186,938	222,415	- 9.0	- 16.4	Meubles	27
60,058	56,391	56,496	58,730	63,256	+ 3.7	- 0.1	Gros appareils ménagers	28
123,865	114,089	147,043	154,860	152,313	- 2.2	+ 16.3	Télévision, radio et musique	29
134,717	134,389	147,871	177,982	154,096	- 4.4	+ 39.3	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
138,091	121,437	140,444	127,452	130,096	- 3.2	+ 12.6	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
33,449	33,790	35,081	39,492	49,424	- 12.6	+ 11.8	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
114,060	107,078	134,856	150,622	115,677	- 6.5	- 2.8	Bijouterie	33
93,439	109,250	144,072	117,276	59,113	- 3.4	+ 7.9	Jouets et jeux	34
116,701	119,695	158,701	142,586	121,917	+ 1.6	- 0.2	Articles de sport et valises	35
97,943	90,186	105,128	112,947	83,031	- 4.5	+ 11.4	Papeterie, livres et revues	36
49,536	50,783	56,150	52,299	62,949	- 3.3	+ 12.4	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
640	861	821	896	1,011	- 6.5	+ 24.3	Repas et casse-croûtes	38
5,625	4,799	5,691	6,165	5,841	- 12.1	+ 0.3	Services et travaux de réparation	39
60,030	61,375	76,189	79,225	62,301	- 0.6	- 9.0	Tous autres rayons	40
2,911,459	2,826,453	3,338,133	3,324,716	2,938,964	- 1.4	+ 2.6	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Valeur de vente.

TABLE 25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983(1)

Department	1983		1982				
	January	February	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	thousands of dollars						
	milliers de dollars						
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	40,534	40,303	46,815	46,740	51,023	48,544	52,300
2 Women's and misses' coats and suits	52,022	48,685	43,467	43,721	44,980	47,470	50,274
3 Women's and misses' sportswear	129,554	123,224	112,137	116,281	123,492	121,672	122,090
4 Furs	18,237	17,946	19,567	20,677	18,994	18,939	21,717
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	70,701	75,088	69,843	68,204	74,084	68,239	74,379
6 Girls' and teenage girls' wear	42,298	42,093	44,100	46,861	49,419	45,844	48,299
7 Lingerie and women's sleepwear	50,967	47,062	48,741	47,738	47,605	46,573	49,153
8 Intimate apparel	33,109	31,206	29,542	31,003	33,328	30,081	32,147
9 Millinery
10 Women's and girls' hosiery	29,000	28,984	23,237	25,486	26,077	25,846	28,049
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	46,659	43,986	42,013	44,195	45,593	43,449	42,190
12 Women's, misses' and children's footwear	92,122	89,827	103,471	107,973	113,027	107,516	107,586
13 Men's clothing	146,860	149,787	157,506	164,036	186,450	162,356	185,020
14 Men's furnishings	142,186	139,506	135,833	138,587	145,605	137,483	148,756
15 Boys' clothing and furnishings	42,940	40,875	39,215	41,902	42,949	39,937	38,264
16 Men's and boys' footwear	77,179	68,490	80,746	76,530	79,946	78,240	85,232
17 Food and kindred products
18 Toiletries, cosmetics and drugs	191,093	175,526	160,371	160,668	166,929	163,497	181,256
19 Photographic equipment and supplies	55,629	55,753	53,116	53,348	60,414	55,204	60,272
20 Piece goods	26,193	24,070	27,755	31,347	30,804	29,915	32,172
21 Linens and domestics	119,539	115,127	106,351	110,531	108,055	101,889	103,575
22 Smallwares and notions	40,315	40,542	38,107	37,158	40,197	38,263	39,306
23 China and glassware	94,656	99,304	94,516	92,974	88,018	90,093	92,572
24 Floor coverings	48,637	49,106	56,610	58,765	63,688	59,017	60,268
25 Draperies, curtains and furniture coverings	64,133	58,154	67,538	67,834	69,516	62,251	65,602
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	49,576	49,160	48,428	47,501	54,225	46,468	50,551
27 Furniture	191,786	171,371	204,819	198,303	207,044	191,957	192,210
28 Major appliances	56,390	55,224	55,197	55,147	60,818	58,796	60,247
29 Television, radio and music	142,517	144,730	124,398	124,785	134,901	130,723	138,505
30 Housewares and small electrical appliances	186,270	180,213	129,060	126,257	136,834	131,839	143,971
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.
32 Plumbing, heating and building materials
33 Jewellery	130,775	117,571	121,003	123,094	124,390	120,943	128,377
34 Toys and games	88,794	91,356	84,958	84,813	92,074	82,367	86,501
35 Sporting goods and luggage	144,027	130,861	131,218	128,880	139,381	129,902	137,602
36 Stationery, books and magazines	101,079	102,772	92,222	90,333	93,022	89,487	98,530
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies
38 Meals and lunches
39 Repairs and services
40 All other departments
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,071,498	2,958,425	2,882,407	2,920,680	3,131,549	2,930,977	3,109,013

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1982 et 1983(1)

1982						Change - Variation		Rayon	N°
July	August	September	October	November	December	February/ January 1983			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Février/ janvier 1983			
Thousands of dollars						per cent			
milliers de dollars						pourcentage			
54,607	48,060	51,135	45,251	43,764	42,372	- 0.6		Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
42,422	42,518	51,250	43,044	42,327	51,710	- 6.4		formes pour dames et jeunes filles	
120,627	118,330	131,319	117,902	121,256	138,297	- 4.9		Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
18,138	16,685	15,205	17,436	16,462	18,120	- 1.6		filles	
68,639	66,588	74,527	70,471	67,166	77,763	+ 6.2		Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
								Fourrures	4
								Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
								de chambres d'enfants	
46,246	43,066	52,630	42,554	45,761	47,494	- 0.5		Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
48,579	45,974	50,169	44,707	48,245	54,051	- 7.7		Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
30,853	29,951	31,228	30,550	27,043	31,648	- 5.7		Sous-vêtements	8
...		Chapeaux	9
28,786	26,867	29,039	28,816	29,181	34,340	- 0.1		Bas pour dames et fillettes	10
43,542	44,536	49,333	41,660	43,924	49,560	- 5.7		Gants, moufles et articles de parure pour	11
97,785	91,844	105,619	98,423	97,470	102,134	- 2.5		dames et fillettes	
157,788	157,856	162,801	144,753	147,102	176,654	+ 2.0		Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
146,179	147,166	161,408	145,584	147,898	157,732	- 1.9		enfants	
41,603	36,516	40,656	37,840	38,514	41,755	- 4.8		Vêtements pour hommes	13
								Articles d'habillement pour hommes	14
								Vêtements et articles d'habillement pour	15
								garçons	
75,615	72,355	70,848	63,415	71,406	80,140	- 11.3		Chaussures pour hommes et garçons	16
...		Produits alimentaires et connexes	17
174,093	174,190	170,310	153,854	162,560	187,191	- 8.1		Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
								caments	
55,537	58,988	58,059	50,512	47,232	54,638	+ 0.2		Appareils et fournitures photographiques	19
31,276	28,096	25,746	27,786	25,559	28,758	- 8.1		Tissus à la pièce	20
103,787	95,477	103,307	91,746	104,279	121,112	- 3.7		Literie et linge de maison	21
38,852	37,522	39,685	36,171	36,997	44,574	+ 0.6		Menus articles	22
92,377	91,890	94,750	82,243	86,439	98,148	+ 4.9		Porcelaine et verrerie	23
57,793	55,401	59,814	52,591	50,097	51,364	+ 1.0		Revêtements de plancher	24
63,991	60,879	66,145	61,738	61,914	65,873	- 9.3		Tentures, rideaux et housses	25
49,587	49,362	53,197	49,352	50,196	55,260	- 0.8		Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
197,154	193,372	205,389	191,224	188,104	202,030	- 10.6		d'ameublement pour la maison	
63,971	67,809	70,498	54,654	54,079	57,953	- 2.1		Meubles	27
135,539	131,408	132,292	132,495	129,873	146,511	+ 1.6		Gros appareils ménagers	28
140,618	137,931	148,152	130,329	154,646	177,163	- 5.5		Télévision, radio et musique	29
								Articles de ménage et petits appareils élec-	30
								triques	
...		Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
								etc.	
...		Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
								truction	
123,398	117,334	123,689	114,236	120,914	127,834	- 10.1		Bijouterie	33
87,682	87,498	87,491	81,641	86,942	105,975	+ 2.9		Jouets et jeux	34
129,395	120,472	123,959	121,535	126,395	142,576	- 9.1		Articles de sport et valises	35
97,728	92,303	93,709	84,109	91,219	104,206	+ 1.7		Papeterie, livres et revues	36
...		Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
								réparation et fournitures	
...		Repas et casse-croûtes	38
...		Services et travaux de réparation	39
...		Tous autres rayons	40
2,966,584	2,901,594	3,070,229	2,816,515	2,906,728	3,182,419	- 3.7		TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 26. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1982 and 1983

		1983		1982				
Department		January	February	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.								
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	4.55	4.03	4.41	3.63	3.51	2.58	2.53
2	Women's and misses' coats and suits	3.44	3.94	3.70	2.62	2.44	4.39	6.23
3	Women's and misses' sportswear	3.82	3.38	3.58	3.05	3.18	2.73	2.60
4	Furs	3.92	5.04	5.06	5.53	23.82	28.14	29.87
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.53	3.97	3.92	3.12	3.37	3.24	3.36
6	Girls' and teenage girls' wear	3.84	3.63	3.93	2.90	3.19	3.16	3.13
7	Lingerie and women's sleepwear	3.91	3.51	3.95	3.66	3.53	3.16	2.97
8	Intimate apparel	4.58	4.33	4.28	3.47	3.44	3.23	3.01
9	Millinery	1.68	1.84	1.34	1.13	1.06	1.36	1.29
10	Women's and girls' hosiery	3.25	3.63	3.21	2.85	2.73	3.04	3.19
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4.68	4.99	4.86	3.93	3.83	3.61	3.42
12	Women's, misses' and children's footwear	5.74	6.26	7.87	5.66	5.12	4.66	4.75
13	Men's clothing	5.39	6.87	6.91	4.84	5.75	5.17	4.35
14	Men's furnishings	5.29	5.46	5.85	4.85	5.11	4.66	3.19
15	Boys' clothing and furnishings	5.75	6.03	6.24	4.04	3.63	3.58	3.42
16	Men's and boys' footwear	7.04	6.44	8.71	6.60	5.58	5.56	5.33
17	Food and kindred products	0.80	0.69	0.58	0.70	0.59	0.58	0.71
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5.17	3.97	4.06	3.82	4.28	4.25	4.15
19	Photographic equipment and supplies	5.94	5.96	5.97	4.67	5.54	5.22	3.81
20	Piece goods	6.83	6.70	7.14	6.40	6.91	6.84	7.74
21	Linens and domestics	3.83	7.01	7.16	5.95	5.97	5.50	4.30
22	Smallwares and notions	3.96	4.95	4.66	4.62	5.65	6.93	6.47
23	China and glassware	11.17	10.51	11.27	9.22	8.95	8.74	9.33
24	Floor coverings	5.14	4.91	5.56	4.76	5.50	5.46	5.38
25	Draperies, curtains and furniture coverings	5.97	5.61	7.21	4.87	5.00	4.64	4.03
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6.46	8.01	7.81	6.47	8.11	7.21	7.12
27	Furniture	4.76	5.46	6.34	5.58	6.25	5.27	4.99
28	Major appliances	1.65	2.08	2.09	1.82	2.07	1.89	1.62
29	Television, radio and music	3.83	4.69	4.83	4.19	5.10	5.43	4.88
30	Housewares and small electrical appliances	6.69	5.58	4.64	5.11	5.09	4.46	4.57
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	6.34	6.63	4.76	5.66	5.74	3.94	4.60
32	Plumbing, heating and building materials	5.54	4.51	4.88	4.30	4.05	2.66	3.06
33	Jewellery	12.26	9.92	10.02	7.74	7.90	7.18	6.87
34	Toys and games	9.39	7.85	8.64	7.15	6.26	6.38	5.68
35	Sporting goods and luggage	5.93	7.51	6.79	5.76	5.67	4.32	3.67
36	Stationery, books and magazines	4.68	4.45	4.26	4.25	4.62	4.89	4.60
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	4.09	4.54	3.51	2.74	3.05	2.90	2.64
38	Meals and lunches	0.07	0.07	0.05	0.04	0.04	0.04	0.04
39	Repairs and services	0.63	0.52	0.68	0.56	0.76	0.69	0.76
40	All other departments	2.61	2.63	2.97	2.85	2.82	2.11	2.23
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.25	4.35	4.42	3.94	4.16	3.77	3.62

TABLEAU 26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1982							Rayon	N ^o
July	August	September	October	November	December			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
3.24	2.87	2.66	3.51	2.79	1.65	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1	
7.86	3.32	3.89	2.86	2.08	1.81	formes pour dames et jeunes filles	7	
2.90	2.68	1.99	3.02	2.68	1.60	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2	
9.70	10.47	6.58	5.52	3.44	3.09	filles	3	
4.09	2.78	2.89	3.33	2.68	1.87	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	4	
						Fourrures	9	
						Vêtements pour bébés et enfants et articles	5	
						de chambres d'enfants		
4.30	2.07	2.83	3.39	2.65	1.29	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6	
2.97	3.54	2.74	3.53	2.59	0.91	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
3.23	3.20	2.44	3.71	3.03	2.21	Sous-vêtements	8	
1.23	1.68	1.17	1.58	1.06	0.80	Chapeaux	9	
4.27	3.70	2.13	2.66	2.41	1.63	Bas pour dames et fillettes	10	
4.36	4.06	2.82	3.58	2.63	1.15	Gants, moufles et articles de parure pour	11	
5.88	4.62	3.48	4.17	3.12	2.97	dames et fillettes	12	
6.10	6.55	4.18	5.14	3.54	2.43	Chaussures pour dames, jeunes filles et	13	
4.66	4.68	4.00	5.09	3.09	1.08	enfants	14	
5.73	2.01	3.33	4.28	2.91	1.40	Vêtements pour hommes	15	
						Articles d'habillement pour hommes		
						Vêtements et articles d'habillement pour		
						garçons		
6.65	5.67	3.90	5.05	3.69	2.90	Chaussures pour hommes et garçons	16	
0.66	0.50	0.66	0.67	0.66	0.43	Produits alimentaires et connexes	17	
4.14	3.84	3.54	4.22	3.81	1.52	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18	
						caments		
3.93	4.15	3.93	5.60	4.00	1.48	Appareils et fournitures photographiques	19	
8.83	6.50	4.25	5.47	4.66	6.09	Tissus à la pièce	20	
3.82	3.65	3.00	3.81	4.08	2.76	Literie et linge de maison	21	
6.27	5.13	3.36	3.79	3.22	3.58	Menus articles	22	
9.13	9.89	6.96	8.44	6.19	3.03	Porcelaine et verrerie	23	
5.03	5.43	4.53	3.93	3.42	4.79	Revêtements de plancher	24	
4.29	4.48	4.20	4.54	3.83	3.67	Tentures, rideaux et housses	25	
6.66	7.13	5.72	6.69	4.42	2.17	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26	
4.48	5.14	4.44	4.83	4.62	5.28	d'ameublement pour la maison	27	
1.47	1.86	1.47	1.39	1.37	1.45	Meubles	28	
4.24	4.03	2.66	3.89	3.05	1.90	Gros appareils ménagers	29	
4.30	4.43	4.21	4.17	4.14	1.93	Télévision, radio et musique	30	
						Articles de ménage et petits appareils élec-		
						triques		
5.22	6.02	5.24	5.03	4.94	3.66	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31	
2.94	3.78	3.57	3.45	3.82	4.04	etc.	32	
7.07	7.18	5.01	7.50	5.38	1.76	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	33	
5.67	7.66	8.83	6.90	2.64	0.73	truction	34	
4.00	4.91	5.10	7.67	5.14	2.39	Bijouterie	35	
						Jouets et jeux		
						Articles de sport et valises		
5.18	3.54	3.30	4.70	3.43	1.22	Papeterie, livres et revues	36	
2.60	3.10	3.33	2.87	2.35	2.77	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37	
0.04	0.03	0.04	0.04	0.04	0.03	réparation et fournitures	38	
0.85	0.83	0.65	0.63	0.52	0.43	Repas et casse-croûtes	39	
2.46	2.35	2.42	2.81	2.76	1.23	Services et travaux de réparation	40	
						Tous autres rayons		
3.83	3.65	3.23	3.81	3.06	1.80	TOTAL, TOUS RAYONS	41	

TABLE 27. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, Canada, 1982 and 1983

Department No.	1983		1982				
	January	February	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.21	0.26	0.23	0.29	0.32	0.36	0.36
2 Women's and misses' coats and suits	0.28	0.27	0.31	0.38	0.40	0.22	0.17
3 Women's and misses' sportswear	0.26	0.30	0.29	0.35	0.34	0.36	0.35
4 Furs	0.24	0.19	0.19	0.18	0.04	0.04	0.03
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	0.26	0.26	0.25	0.32	0.34	0.29	0.29
6 Girls' and teenage girls' wear	0.25	0.30	0.27	0.37	0.34	0.30	0.30
7 Lingerie and women's sleepwear	0.25	0.28	0.25	0.29	0.31	0.31	0.31
8 Intimate apparel	0.22	0.22	0.22	0.29	0.31	0.30	0.32
9 Millinery	0.44	0.51	0.62	0.82	1.03	0.76	0.72
10 Women's and girls' hosiery	0.29	0.28	0.32	0.38	0.39	0.33	0.30
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.21	0.20	0.22	0.27	0.28	0.26	0.26
12 Women's, misses' and children's footwear	0.16	0.17	0.13	0.19	0.21	0.20	0.20
13 Men's clothing	0.15	0.16	0.16	0.21	0.19	0.18	0.22
14 Men's furnishings	0.19	0.19	0.17	0.21	0.21	0.21	0.29
15 Boys' clothing and furnishings	0.18	0.17	0.17	0.24	0.30	0.26	0.28
16 Men's and boys' footwear	0.13	0.15	0.12	0.16	0.19	0.18	0.18
17 Food and kindred products	1.30	1.48	1.57	1.49	1.69	1.68	1.45
18 Toiletries, cosmetics and drugs	0.21	0.22	0.22	0.27	0.26	0.23	0.24
19 Photographic equipment and supplies	0.18	0.16	0.16	0.21	0.21	0.18	0.25
20 Piece goods	0.13	0.15	0.14	0.17	0.15	0.14	0.13
21 Linens and domestics	0.25	0.15	0.14	0.17	0.18	0.18	0.22
22 Smallwares and notions	0.22	0.20	0.21	0.22	0.20	0.14	0.15
23 China and glassware	0.08	0.10	0.09	0.11	0.11	0.12	0.10
24 Floor coverings	0.18	0.20	0.17	0.22	0.20	0.18	0.19
25 Draperies, curtains and furniture coverings	0.16	0.17	0.13	0.20	0.21	0.20	0.24
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.15	0.13	0.13	0.16	0.14	0.13	0.14
27 Furniture	0.19	0.17	0.16	0.18	0.17	0.18	0.19
28 Major appliances	0.57	0.49	0.44	0.55	0.52	0.51	0.60
29 Television, radio and music	0.24	0.21	0.20	0.25	0.21	0.18	0.20
30 Housewares and small electrical appliances	0.16	0.18	0.21	0.20	0.22	0.22	0.22
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	0.15	0.15	0.20	0.19	0.20	0.24	0.22
32 Plumbing, heating and building materials	0.16	0.21	0.20	0.23	0.28	0.33	0.32
33 Jewellery	0.08	0.10	0.10	0.13	0.13	0.14	0.14
34 Toys and games	0.12	0.13	0.11	0.14	0.18	0.14	0.17
35 Sporting goods and luggage	0.16	0.13	0.15	0.18	0.20	0.23	0.26
36 Stationery, books and magazines	0.22	0.22	0.22	0.24	0.23	0.21	0.22
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.22	0.22	0.28	0.35	0.37	0.33	0.36
38 Meals and lunches	15.77	13.74	15.04	22.85	24.53	24.74	26.63
39 Repairs and services	1.45	1.79	1.32	1.81	1.53	1.33	1.36
40 All other departments	0.35	0.38	0.33	0.37	0.40	0.46	0.42
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.22	0.22	0.22	0.26	0.26	0.25	0.26

TABLEAU 27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1982						Rayon	N°
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
0.33	0.32	0.38	0.32	0.35	0.52	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
0.16	0.31	0.28	0.34	0.43	0.48	formes pour dames et jeunes filles	
0.36	0.36	0.49	0.36	0.38	0.55	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
0.10	0.10	0.15	0.20	0.27	0.32	filles	
0.27	0.33	0.35	0.33	0.35	0.52	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
						Fourrures	4
						Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
						de chambres d'enfants	
0.26	0.44	0.37	0.29	0.38	0.62	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.34	0.28	0.36	0.32	0.40	0.86	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.31	0.31	0.38	0.30	0.33	0.45	Sous-vêtements	8
0.82	0.70	0.91	0.82	0.99	1.22	Chapeaux	9
0.25	0.27	0.44	0.40	0.42	0.59	Bas pour dames et fillettes	10
0.24	0.25	0.36	0.31	0.39	0.72	Gants, moufles et articles de parure pour	11
0.17	0.21	0.28	0.25	0.30	0.33	dames et fillettes	
0.16	0.17	0.22	0.21	0.28	0.39	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
0.23	0.22	0.26	0.22	0.31	0.74	enfants	
0.21	0.41	0.32	0.26	0.32	0.63	Vêtements pour hommes	13
						Articles d'habillement pour hommes	14
						Vêtements et articles d'habillement pour	15
						garçons	
0.15	0.17	0.24	0.21	0.27	0.33	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.47	1.82	1.61	1.58	1.66	2.04	Produits alimentaires et connexes	17
0.24	0.25	0.28	0.27	0.28	0.58	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
						caments	
0.26	0.24	0.24	0.21	0.24	0.59	Appareils et fournitures photographiques	19
0.11	0.15	0.21	0.21	0.20	0.17	Tissus à la pièce	20
0.26	0.26	0.33	0.28	0.26	0.37	Literie et linge de maison	21
0.16	0.18	0.29	0.27	0.30	0.31	Menus articles	22
0.11	0.10	0.14	0.12	0.17	0.34	Porcelaine et verrerie	23
0.19	0.18	0.21	0.26	0.27	0.22	Revêtements de plancher	24
0.24	0.21	0.23	0.24	0.26	0.28	Tentures, rideaux et housses	25
0.15	0.14	0.17	0.16	0.22	0.41	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
						d'ameublement pour la maison	
0.22	0.19	0.22	0.22	0.22	0.21	Meubles	27
0.70	0.53	0.66	0.72	0.74	0.71	Gros appareils ménagers	28
0.23	0.24	0.36	0.29	0.34	0.52	Télévision, radio et musique	29
0.23	0.22	0.24	0.25	0.26	0.48	Articles de ménage et petits appareils élec-	30
						triques	
0.19	0.17	0.18	0.21	0.19	0.28	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
						etc.	
0.34	0.26	0.28	0.30	0.28	0.28	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
						truction	
0.14	0.14	0.19	0.15	0.20	0.49	Bijouterie	33
0.18	0.14	0.12	0.16	0.34	0.92	Jouets et jeux	34
0.24	0.19	0.20	0.15	0.18	0.39	Articles de sport et valises	35
0.20	0.28	0.29	0.23	0.30	0.70	Papeterie, livres et revues	36
0.39	0.33	0.30	0.37	0.41	0.39	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
						réparation et fournitures	
27.61	29.55	26.63	23.80	27.90	33.98	Repas et casse-croûtes	38
1.18	1.22	1.42	1.72	2.01	2.24	Services et travaux de réparation	39
0.40	0.40	0.42	0.39	0.37	0.72	Tous autres rayons	40
0.26	2.62	0.30	0.28	0.32	0.51	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 28. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Unadjusted, Canada, 1981-1983

TABLEAU 28. Montants à recevoir(1), non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983

Month	1981	1982	1983	Change from previous month	Change 1983/1982
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1983/1982
	thousands of dollars			per cent	
	milliers de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,554,350	1,624,889	1,644,028	- 6.3	+ 1.2
February - Février	1,488,706	1,554,529	1,571,443	- 4.4	+ 1.1
March - Mars	1,476,287	1,537,740			
April - Avril	1,483,717	1,536,243			
May - Mai	1,493,281	1,527,443			
June - Juin	1,501,535	1,505,203			
July - Juillet	1,523,351	1,477,266			
August - Août	1,512,048	1,476,402			
September - Septembre	1,537,138	1,536,070			
October - Octobre	1,550,904	1,554,259			
November - Novembre	1,622,633	1,613,782			
December - Décembre	1,788,145	1,755,331 ^r			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 29. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983

TABLEAU 29. Montants à recevoir(1), désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983

Month	1981	1982	1983	Change from previous month	Change 1983/1982
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1983/1982
	millions of dollars			per cent	
	millions de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,470.0	1,538.0	1,553.5	+ 1.3	+ 1.0
February - Février	1,480.0	1,532.2	1,548.8	- 0.3	+ 1.1
March - Mars	1,499.0	1,563.1			
April - Avril	1,515.0	1,573.7			
May - Mai	1,537.0	1,569.7			
June - Juin	1,563.0	1,568.9			
July - Juillet	1,615.0	1,566.6			
August - Août	1,595.0	1,557.7			
September - Septembre	1,581.0	1,579.2			
October - Octobre	1,565.0	1,567.9			
November - Novembre	1,570.0	1,563.1			
December - Décembre	1,563.0	1,534.1			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

Department Store Sales and
Stocks, MCD, Seasonal
and Trading Day Factors

Ventes et stocks des grands
magasins MDC et coefficients de
corrections des variations
saisonnnières et des jours
commerciaux

TABLE 30. Department Store Sales, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1982 and 1983

		1982						
Department		MCD	March	April	May	June	July	August
		MDC	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.								
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5	86.83	110.01	128.82	115.40	98.71	91.77
2	Women's and misses' coats and suits	6	103.83	98.45	53.75	41.36	47.82	105.31
3	Women's and misses' sportswear	3	88.53	99.35	107.84	98.52	90.23	96.08
4	Furs	12	67.11	26.19	18.47	17.20	47.90	91.86
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	5	85.38	101.02	91.01	87.87	91.36	104.29
6	Girls' and teenage girls' wear	4	91.29	100.97	90.84	87.19	82.53	139.25
7	Lingerie and women's sleepwear	3	73.67	84.09	96.04	88.99	91.88	72.45
8	Intimate apparel	4	93.23	107.40	106.68	112.14	103.39	95.30
9	Millinery	12	57.58	73.52	63.94	60.82	62.19	60.53
10	Women's and girls' hosiery	3	92.17	106.67	97.57	84.53	72.78	81.11
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4	77.06	86.97	89.53	82.70	69.94	74.52
12	Women's, misses' and children's footwear	6	90.00	109.69	104.36	95.02	78.24	97.90
13	Men's clothing	4	92.79	92.57	86.66	95.80	72.81	81.88
14	Men's furnishings	5	69.39	78.14	78.57	103.77	77.70	72.97
15	Boys' clothing and furnishings	6	84.89	98.19	85.90	79.36	78.95	138.31
16	Men's and boys' footwear	5	85.36	111.00	98.91	103.21	85.19	91.11
17	Food and kindred products	7	93.42	106.15	102.06	88.64	89.54	99.67
18	Toiletries, cosmetics and drugs	3	84.09	91.02	91.00	87.50	89.74	85.29
19	Photographic equipment and supplies	4	72.92	81.65	84.71	98.57	103.16	96.08
20	Piece goods	5	109.03	107.95	104.36	91.00	77.75	90.03
21	Linens and domestics	3	77.07	84.43	89.52	93.71	111.85	95.69
22	Smallwares and notions	4	91.75	93.39	77.68	76.88	84.82	83.84
23	China and glassware	4	73.31	77.63	87.93	84.33	83.31	76.93
24	Floor coverings	5	98.16	98.84	100.15	95.78	102.81	91.04
25	Draperies, curtains and furniture coverings	3	92.69	107.71	101.49	105.86	112.96	93.62
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	83.01	87.59	82.20	80.27	88.88	83.16
27	Furniture	4	94.45	91.17	105.50	100.66	122.83	96.66
28	Major appliances	5	89.95	90.03	101.35	101.15	122.44	101.32
29	Television, radio and music	4	85.20	77.82	75.03	72.82	86.17	87.75
30	Housewares and small electrical appliances	3	75.48	86.01	96.50	89.54	98.55	88.09
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	4	79.73	106.64	121.03	112.69	100.89	89.25
32	Plumbing, heating and building materials	7	85.08	111.89	120.16	126.52	110.00	94.72
33	Jewellery	3	69.88	80.23	87.84	84.76	76.37	73.86
34	Toys and games	4	49.44	66.82	60.34	57.13	66.15	57.84
35	Sporting goods and luggage	3	70.99	102.38	113.79	120.15	115.12	84.05
36	Stationery, books and magazines	4	75.61	79.20	81.52	80.97	75.68	103.11
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5	86.03	106.75	97.40	101.78	101.19	91.68
38	Meals and lunches	3	95.51	95.34	94.92	96.64	98.83	98.22
39	Repairs and services	7	92.90	91.50	92.77	100.34	91.76	89.32
40	All other departments	4	84.56	114.27	134.63	110.37	101.48	88.13
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3	84.43	93.93	95.37	93.70	91.90	91.23

TABLEAU 30. Ventes des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1982 et 1983

1982		1983				Rayon	NO
September	October	November	December	January	February		
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février		
102.23	95.41	105.80	142.27	56.53	65.80	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
131.00	163.41	149.76	159.25	72.75	68.40	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
124.99	103.27	116.94	151.12	58.72	63.76	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
103.49	127.36	172.25	245.52	169.10	116.20	Fourrures	4
111.10	113.19	116.66	161.72	67.80	67.55	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
117.06	98.74	120.71	159.57	50.35	61.21	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
92.29	91.96	141.57	259.37	53.38	58.54	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
105.10	89.96	98.17	141.17	76.05	70.02	Sous-vêtements	8
91.00	141.75	202.05	256.36	79.41	55.47	Chapeaux	9
115.89	112.55	117.83	165.37	80.51	72.52	Bas pour dames et fillettes	10
106.35	104.55	149.28	245.83	57.41	57.34	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
126.98	121.15	124.33	136.25	59.65	55.15	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
110.93	110.20	143.18	191.80	63.06	59.12	Vêtements pour hommes	13
93.20	94.59	151.55	269.67	57.18	54.24	Articles d'habillement pour hommes	14
107.17	100.88	120.69	198.55	53.57	53.93	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
113.50	110.09	122.42	160.69	60.55	58.37	Chaussures pour hommes et garçons	16
88.19	95.06	117.44	142.20	82.08	97.09	Produits alimentaires et connexes	17
89.68	93.59	114.19	224.08	75.50	75.10	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
92.89	87.22	114.47	241.33	69.31	59.14	Appareils et fournitures photographiques	19
116.23	117.64	117.79	96.86	83.93	85.61	Tissus à la pièce	20
112.17	100.26	108.72	164.14	101.01	61.84	Literie et linge de maison	21
117.31	114.10	118.97	150.20	105.59	84.66	Menus articles	22
96.62	83.10	139.69	273.96	65.75	59.59	Porcelaine et verrerie	23
104.82	118.30	122.66	105.36	80.48	82.08	Revêtements de plancher	24
105.31	107.69	111.15	118.67	74.32	67.99	Tentures, rideaux et housses	25
99.71	96.49	137.56	222.19	74.01	66.09	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
106.94	99.15	102.82	100.25	104.55	74.63	Meubles	27
110.97	105.24	100.59	112.18	94.64	70.27	Gros appareils ménagers	28
111.39	104.45	130.92	212.18	87.02	69.99	Télévision, radio et musique	29
93.14	89.86	123.18	223.38	67.32	71.11	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
96.92	107.06	105.55	142.46	70.71	67.01	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
100.05	112.13	98.78	100.63	67.44	69.59	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
99.87	80.88	139.35	311.73	46.83	52.35	Bijouterie	33
60.09	100.24	231.65	383.77	34.02	37.83	Jouets et jeux	34
83.44	79.40	109.20	194.64	72.58	56.73	Articles de sport et valises	35
107.65	87.32	126.37	241.57	75.00	68.82	Papeterie, livres et revues	36
90.76	119.96	124.13	137.57	73.07	68.10	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
97.16	100.49	111.65	146.87	84.22	79.92	Repas et casse-croûtes	38
98.75	110.93	136.45	132.29	83.97	78.66	Services et travaux de réparation	39
82.55	90.61	96.46	161.17	68.14	67.59	Tous autres rayons	40
101.89	101.31	123.87	182.98	72.42	67.48	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

TABLE 31. Department Store Stocks, MCD and Seasonal Factors, 1982 and 1983

No.	Department	1982						
		MCD	March	April	May	June	July	August
		MDC	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	4	106.88	120.38	111.23	85.62	91.70	87.62
2	Women's and misses' coats and suits	4	85.51	78.45	66.95	68.32	126.89	132.10
3	Women's and misses' sportswear	3	103.59	118.58	114.51	93.12	101.61	99.34
4	Furs	5	78.68	85.55	86.78	82.52	93.18	109.49
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	4	88.94	109.33	103.09	90.24	122.61	105.60
6	Girls' and teenage girls' wear	3	94.26	109.34	107.73	89.61	122.76	110.24
7	Lingerie and women's sleepwear	4	94.60	111.97	109.79	90.32	93.94	100.43
8	Intimate apparel	3	94.93	101.43	107.26	91.55	97.47	99.69
9	Millinery
10	Women's and girls' hosiery	4	97.26	107.71	108.86	93.49	102.01	112.52
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	3	94.91	107.60	103.71	87.34	94.83	96.11
12	Women's, misses' and children's footwear	3	101.74	112.77	107.63	96.95	105.48	109.53
13	Men's clothing	3	93.88	101.36	101.78	81.92	96.30	116.13
14	Men's furnishings	4	92.75	107.76	108.80	88.86	100.13	102.18
15	Boys' clothing and furnishings	4	88.38	102.11	95.76	89.12	122.87	98.47
16	Men's and boys' footwear	4	100.32	112.00	112.48	94.76	102.09	104.18
17	Food and kindred products
18	Toiletries, cosmetics and drugs	3	90.73	105.78	104.61	92.52	96.78	89.14
19	Photographic equipment and supplies	4	85.96	102.69	104.38	86.47	97.10	93.04
20	Piece goods	4	100.43	106.76	104.24	96.64	101.31	102.53
21	Linens and domestics	3	97.85	109.68	112.50	102.78	97.69	93.42
22	Smallwares and notions	4	91.93	109.00	114.31	106.84	110.72	102.60
23	China and glassware	3	94.56	101.78	104.80	95.79	98.87	99.14
24	Floor coverings	3	95.85	102.52	104.51	103.14	101.85	101.86
25	Draperies, curtains and furniture coverings	3	97.99	107.54	108.90	97.38	101.70	96.76
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	95.90	101.70	110.58	99.97	102.59	104.11
27	Furniture	3	100.61	110.49	111.01	102.24	99.16	94.15
28	Major appliances	4	103.80	108.03	104.36	95.56	95.17	88.57
29	Television, radio and music	3	97.55	106.67	103.90	96.79	94.74	94.26
30	Housewares and small electrical appliances	3	97.78	109.84	108.35	98.41	99.49	97.67
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.
32	Plumbing, heating and building materials
33	Jewellery	3	96.88	107.30	106.63	93.31	95.67	97.21
34	Toys and games	4	81.93	95.61	91.31	80.77	86.97	106.79
35	Sporting goods and luggage	4	93.88	114.43	116.58	96.89	98.32	96.87
36	Stationery, books and magazines	4	86.97	100.25	107.35	96.00	105.67	106.11
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies
38	Meals and lunches
39	Repairs and services
40	All other departments
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	2	95.32	106.17	106.47	93.57	101.35	100.34

TABLEAU 31. Stocks des grands magasins, MDC et coefficients de corrections des variations saisonnières, 1982 et 1983

1982		1983				Rayon	No
September	October	November	December	January	February		
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février		
84.23	117.96	115.58	90.13	89.88	98.82	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
133.55	152.38	122.79	77.03	70.87	84.64	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
86.67	113.07	114.13	79.62	82.92	92.89	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
115.63	131.27	123.74	107.59	97.80	87.88	Fourrures	4
94.99	118.41	108.37	89.28	83.33	85.99	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
98.51	119.47	113.67	72.03	73.90	88.55	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
92.09	133.47	134.34	77.53	78.28	83.08	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
83.29	108.22	118.66	100.71	100.95	95.88	Sous-vêtements	8
...	Chapeaux	9
92.58	108.94	107.81	86.05	90.53	92.43	Bas pour dames et fillettes	10
89.34	132.55	134.65	83.38	84.91	90.86	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
92.79	110.72	99.15	90.35	82.01	90.73	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
99.15	128.29	121.95	91.17	76.06	91.85	Vêtements pour hommes	13
98.50	132.80	120.80	75.40	83.82	88.21	Articles d'habillement pour hommes	14
97.75	130.80	111.05	80.75	86.36	96.76	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
92.20	121.50	106.46	88.13	80.87	84.98	Chaussures pour hommes et garçons	16
...	Produits alimentaires et connexes	17
86.74	125.97	132.39	89.39	101.00	84.98	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
86.28	134.73	132.50	88.30	98.95	89.42	Appareils et fournitures photographiques	19
90.59	108.45	101.41	98.57	90.17	98.98	Tissus à la pièce	20
82.16	106.33	109.00	99.91	90.77	97.77	Literie et linge de maison	21
89.71	102.91	95.46	101.27	88.65	86.46	Menus articles	22
91.20	110.44	117.80	107.64	88.85	89.23	Porcelaine et verrerie	23
87.59	103.62	96.28	108.63	99.34	94.57	Revêtements de plancher	24
85.35	105.98	101.05	102.31	95.58	99.35	Tentures, rideaux et housses	25
91.52	120.75	112.05	82.76	87.98	89.86	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
82.82	98.91	99.38	110.09	94.73	96.45	Meubles	27
79.99	103.37	108.60	109.15	98.55	104.39	Gros appareils ménagers	28
86.24	110.98	119.24	103.96	94.56	91.05	Télévision, radio et musique	29
90.71	113.46	115.09	86.98	91.49	90.44	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
...	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
...	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
86.57	118.05	124.57	90.49	89.95	93.58	Bijouterie	33
124.87	176.47	134.89	55.78	85.08	79.85	Jouets et jeux	34
96.56	130.58	112.81	85.51	74.43	83.24	Articles de sport et valises	35
96.24	124.99	123.82	79.68	89.16	83.78	Papeterie, livres et revues	36
...	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
...	Repas et casse-croûtes	38
...	Services et travaux de réparation	39
...	Tous autres rayons	40
92.06	118.52	114.38	92.35	88.70	90.82	TOTAL, TOUS RAYONS	41

LIST OF DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - LISTE DES ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS

MAJOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS TRADITIONNELS

Ayre's Ltd., Water St., St. John's, Newfoundland
Bowring Bros. Ltd., 281 Water St., St. John's, Newfoundland
Caplan, C., Ltd., 135 Rideau St., Ottawa, Ontario
Eaton, T., Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario
Goudies Ltd., 22 King St. W., Kitchener, Ontario
Holman, R.T., Ltd., Water St., Summerside, Prince Edward Island
Hougens Ltd., 305 Main St., Whitehorse, Yukon
Hubert, Magasin J.O., Ltée, 163-165 rue Principale, Maniwaki, Québec
Hudson's Bay Co., 2 Bloor St. E., Toronto, Ontario
Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd., 4910-50th St., Lloydminster, Saskatchewan
Ogilvy, Charles, Ltd., 126 Rideau St., Ottawa, Ontario
Ogilvy's, James A., Ltd., Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec
Right House, The, Co. Ltd., 35-41 King St. E., Hamilton, Ontario
Robinson, The G.W., Co. Ltd., 18 James St., Hamilton, Ontario
Simpsons Ltd., 401 Bay St., Toronto, Ontario
Simpson Sears Ltd., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario
Smith & Chapple Ltd., 24 Birch St., Chapleau, Ontario
Woodward Stores (Alta.) Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia
Woodward Stores (B.C.) Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

JUNIOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS POPULAIRES

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario
Sentry Dep't. Stores Ltd., 1650 Avenue Rd., Toronto, Ontario
Steinberg Inc., Miracle Mart Division, 5151 Thimens, St-Laurent, Québec
Towers Department Stores Ltd., 6509 Airport Rd., Mississauga, Ontario
Woolco Department Stores, c/o F.W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario
Zeller's Ltd., 5250 Decarie Blvd., Montréal, Québec

SELECTED PUBLICATIONS

Following are publications of the Merchandising and Services Division in the Retail Trade sector.

Catalogue

63-002 Department Store Sales and Stocks. M. Bil. 36 pp. First Issue, 1938. (ISSN 0380-7045).

Total sales and number of outlets, by province and selected metropolitan area, and sales and inventories by department, Canada.

63-004 Department Store Sales by Regions. Advance Release. M. Bil. 1 pp. First Issue, 1950. (ISSN 0709-8650).

Total sales and percentage changes of sales, by region.

63-005 Retail Trade. M. Bil. Approx. 65 pp. First Issue, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total retail sales by province and kind of business, for chain and independent stores; seasonally adjusted sales, Canada.

63-007 New Motor Vehicle Sales. M. Bil. Approx. 15 pp. First Issue, 1932. (ISSN 0705-5595).

Number and value of new passenger cars, trucks and buses sold by province and by origin (Canada and U.S. or imported). Monthly unit sales, by type and origin, seasonally adjusted.

63-014 Merchandising Inventories. M. Bil. 24 pp. First Issue, 1972. (ISSN 0380-7177).

Inventories and stocks/sales ratios, by type of trade for wholesale, by department for department stores, by kind of business for chain stores and independent stores: quarterly percentage changes for independent stores by kind of business.

63-210 Retail Chain and Department stores. A. Bil. Approx. 74 pp. First Issue, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total retail sales by chain and department stores including data on floor area, inventory and accounts receivable.

CHOIX DE PUBLICATIONS

Les publications suivantes se trouvent à la Section du commerce de détail, Division du commerce et des services.

Catalogue

63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M. Bil. 36 pages. Premier numéro, 1938. (ISSN 0380-7045).

Ventes totales et nombre de points de ventes par provinces et certaines régions métropolitaines, ventes et stocks par rayon, Canada.

63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M. Bil. 1 page. Premier numéro, 1950. (ISSN 0709-8650).

Variations en pourcentage et ventes par région.

63-005 Commerce de détail. M. Bil. Environ 65 pages. Premier numéro, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total des ventes au détail par province et genre de commerce, pour les magasins à succursales et les magasins indépendants; chiffres désaisonnalisés, Canada.

63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M. Bil. Environ 15 pages. Premier numéro, 1932. (ISSN 0705-5595).

Nombre et valeur des voitures particulières, des camions et des autobus neufs vendus par province et par lieu d'origine (Canada et É.-U. ou importés). Ventes unitaires mensuelles selon le type et l'origine, après désaisonnalisation.

63-014 Stocks commerciaux. M. Bil. 24 pages. Premier numéro, 1972. (ISSN 0380-7177).

Stocks et rapports stocks/ventes, par genre de commerce pour le commerce de gros, par rayon pour les grands magasins et par genre de commerce pour les magasins à succursales et magasins indépendants: variations trimestrielles en pourcentage pour les magasins indépendants suivant le genre de commerce.

63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A. Bil. Environ 74 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total des ventes au détail pour les magasins à succursales et les grands magasins, incluant des données sur la superficie total, des stocks, et comptes à recevoir.

Catalogue

- 63-213 Vending Machine Operators. A. Bil. 21 pp. First Issue, 1958. (ISSN 0527-6411).

Sales of merchandise through automatic vending machines, by type of machine and location, Canada and provinces.

- 63-218 Direct Selling Canada. A. Bil. 14 pp. First Issue, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Sales of various commodities by method of distribution; door-to-door, mail order, etc.

- 63-219 Campus Book Stores, A. Bil. Approx. 8 pp. First Issue, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Retail sales by commodities, employees and payroll, by regions, provinces and Canada, for academic years.

- 63-224 Market Research Handbook. A. Bil. 700 pp. First Issue, 1975. (ISSN 0590-9325).

The data covers such topics as general economic indicators, population characteristics, personal income and expenditure and household facilities.

- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O. Bil. 695 pp. (ISBN 0-660-506-13-0). The publication provides revised retail trade estimates for the years 1972 to 1979, both unadjusted and seasonally adjusted and also sections on definitions, concepts, classifications, methodology and data reliability.

Operating Results - Retail Trades. O. Bil. 29 pp. First Issue, 1974.

Reports in the Operating Results series contain ratios (percentages of net sales) for: purchases, inventories, cost of goods sold, gross profit, operating expense items and net profit.

Catalogue

- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A. Bil. 21 pages. Premier numéro, 1958. (ISSN 0527-6411).

Ventes de marchandise selon le genre de machine et l'emplacement, Canada et provinces.

- 63-218 La vente directe au Canada. A. Bil. 14 pages. Premier numéro, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Ventes de divers produits, par mode de distribution: démarchage, poste, etc.

- 63-219 Librairies de campus. A. Bil. Environ 8 pages. Premier numéro, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Ventes au détail par article, ainsi que nombre d'employés et la paye, par région, par province et au Canada par année scolaire.

- 63-224 Manuel statistique pour études de marché. A. Bil. 700 pages. Premier numéro, 1975. (ISSN 0590-9325).

Les données portent sur des sujets tels que les indicateurs économiques généraux, les caractéristiques de la population, le revenu et les dépenses des particuliers et l'équipement ménager.

- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S. Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0). Cette publication contient des données brutes et désaisonnalisées, révisées de 1972 à 1979, des sections sur les définitions, les concepts de classement, la méthodologie ainsi que des renseignements sur la fiabilité des données.

Résultats d'exploitation - Commerce de détail. H.S. Bil. 29 pages. Premier numéro, 1974.

Les bulletins de la série des Résultats de l'exploitation contiennent des ratios (pourcentages des ventes nettes) pour les achats, les stocks, le coût des biens vendus, les bénéfices bruts, les dépenses d'exploitation et les bénéfices nets.

Catalogue

The following reports on Operating Results are available.

- 63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1979
- 63-604 Independent Women's Retail Clothing Stores, 1975
- 63-605 Independent Retail Hardware Stores, 1976
- 63-606 Retail Shoe Stores, 1977
- 63-607 Retail Drug Stores, 1978
- 63-608 Retail Florists, 1979
- 63-609 Independent Retail Jewellery Stores, 1978
- 63-610 Retail Hardware Stores, 1980
- 63-611 Women's Retail Clothing Stores, 1980
- 63-612 Retail Family Clothing Stores, 1980

M. - Monthly A.- Annual Bil.- Bilingual
 O.- Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available free on request from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue

Les publications suivantes sur les résultats d'exploitation sont maintenant disponibles.

- 63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1979
- 63-604 Magasins indépendants de vente au détail de vêtements pour dames, 1975
- 63-605 Magasins indépendants de vente au détail de quincaillerie, 1976
- 63-606 Magasins de vente au détail de chaussures, 1977
- 63-607 Pharmacies au détail, 1978
- 63-608 Magasins de fleuristes, vente au détail, 1979
- 63-609 Magasins indépendants de vente au détail de bijouterie, 1978
- 63-610 Magasins de vente au détail de quincaillerie, 1980
- 63-611 Magasins de vente au détail de vêtements pour dames, 1980
- 63-612 Magasins de vente au détail de vêtements pour la famille, 1980

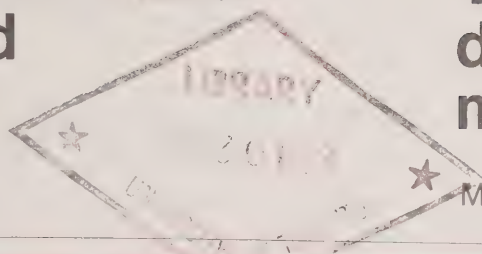
M. - Mensuel A.- Annuel Bil.- Bilingue
 H.S. - Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et social du Canada. On peut se procurer gratuitement un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

DEPOSITORY LIBRARY MATERIAL

Department store sales and stocks

March 1983



Ventes et stocks des grands magasins

Mars 1983

Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Merchandising and Services Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V4 (Telephone: 996-9304) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's (772-4073)	Winnipeg (949-4020)
Halifax (426-5331)	Regina (359-5405)
Montréal (283-5725)	Edmonton (420-3027)
Ottawa (992-4734)	Vancouver (666-3691)
Toronto (966-6586)	

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	Zénith 0-7037
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
British Columbia (South and Central)	112-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by NorthwestTel Inc.)	Zénith 0-8913
Northwest Territories (area served by NorthwestTel Inc.)	Zénith 2-2015

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales and Services, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V7.

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section de commerce détail,
Division du commerce et des services,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V4 (téléphone: 996-9304) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's (772-4073)	Winnipeg (949-4020)
Halifax (426-5331)	Regina (359-5405)
Montréal (283-5725)	Edmonton (420-3027)
Ottawa (992-4734)	Vancouver (666-3691)
Toronto (966-6586)	

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	Zénith 0-7037
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
Colombie-Britannique (sud et centrale)	112-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Zénith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Zénith 2-2015

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes et de la distribution des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V7.

Statistics Canada
Merchandising and Services Division
Retail Trade Section

Department store sales and stocks

March 1983

Published under the authority of
the Minister of Supply and
Services Canada

Statistics Canada should be credited when
reproducing or quoting any part of this document

© Minister of Supply
and Services Canada 1983

June 1983
5-3406-503

Price: Canada, \$3.15, \$31.50 a year
Other Countries, \$3.80, \$37.80 a year

Catalogue 63-002, Vol. 48, No. 3

ISSN 0380-7045

Ottawa

Statistique Canada
Division du commerce et des services
Section du commerce de détail

Ventes et stocks des grands magasins

Mars 1983

Publication autorisée par
le ministre des Approvisionnements et
Services Canada

Reproduction ou citation autorisée sous réserve
d'indication de la source: Statistique Canada

© Ministre des Approvisionnements
et Services Canada 1983

Juin 1983
5-3406-503

Prix: Canada, \$3.15, \$31.50 par année
Autres pays, \$3.80, \$37.80 par année

Catalogue 63-002, vol. 48, n° 3

ISSN 0380-7045

Ottawa

SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or, in this publication less than half unit expressed.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the CANSIM staff, Current Economic Analysis Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-995-7406), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

SIGNES CONVENTIONNELS

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou, dans la présente publication, inférieur à la moitié de l'unité exprimée.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux n'correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrice n° 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de support sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel CANSIM, Division de l'analyse de conjoncture Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-995-7406), ou aux conseillers régionaux de bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

TABLE OF CONTENTS

	Page
Introduction	ix
Definitions	x
Methodology	xi
Data Reliability	xii
Non-sampling Errors	xii
Non-sampling Error Measures	xiii
Seasonal Adjustment	xv
Constant Dollar Estimates	xvi
Data Confidentiality	xvi
Explanatory Notes	xviii

Charts

1. Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983	xx
2. Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983	xx
3. Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1981-1983	xxi
4. Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1981-1983	xxii
5. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1981-1983	xxii
6. Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization	xxiii

Highlights	xxv
------------	-----

Table

1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983	2
---	---

TABLE DES MATIÈRES

	Page
Introduction	ix
Définitions	x
Méthodologie	xi
Fiabilité des données	xii
Erreurs non liées à l'échantillonnage	xii
Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage	xiii
Désaisonnalisation	xv
Estimations en dollars constants	xvi
Confidentialité des données	xvi
Notes explicatives	xviii

Graphiques

1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1981-1983	xx
2. Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1981-1983	xx
3. Ventes des grands magasins et commerce de détail Total, par mois, Canada, 1981-1983	xxi
4. Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1981-1983	xxii
5. Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983	xxii
6. Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisation	xxiii

Points saillants	xxv
------------------	-----

Tableau

1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	2
---	---

TABLE OF CONTENTS - Continued

TABLES DES MATIÈRES - suite

Table	Page
2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983	4
3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983	6
4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	6
5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983	8
6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	8
7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983	10
8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	10
9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983	12
10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	12
11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983	14
12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	14
13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983	16
14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	16
15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983	18
16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983	19

Tableau

2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1982 et 1983	4
3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1982 et 1983	6
4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	6
5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983	8
6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	8
7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983	10
8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	10
9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1982 et 1983	12
10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	12
11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983	14
12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	14
13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983	16
14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	16
15. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	18
16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1982 et 1983	19

TABLE OF CONTENTS - Continued

	Page
7. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	19
8. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983	20
9. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	20
10. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983	21
11. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	21
12. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1981-1983	22
13. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981-1983	23
14. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, 1982 and 1983	24
15. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983	26
16. Department Store Monthly Stock-Sales Ratios, by Department, Canada, 1982 and 1983	28
17. Department Store Monthly Sales-Stock Ratios, by Department, 1982 and 1983	30
18. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted, Canada, 1981-1983	32
19. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983	32
20. Department Store Sales, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1983 and 1984	34
21. Department Store Stocks, MCD and Seasonal Factors, 1983 and 1984	36

TABLES DES MATIÈRES - suite

	Page
17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	19
18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983	20
19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	20
20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983	21
21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	21
22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1981-1983	22
23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1981-1983	23
24. Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	24
25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1982 et 1983	26
26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	28
27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	30
28. Montants à recevoir, non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983	32
29. Montants à recevoir, désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983	32
30. Ventes des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1983 et 1984	34
31. Stocks des grands magasins, MDC et coefficients de corrections des variations saisonnières, 1983 et 1984	36

TABLE OF CONTENTS - Continued

TABLES DES MATIÈRES - suite

Table	Page
32. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, Revised, 1982	40
33. Total Department Store Monthly Sales, by Province, Revised, 1982	42
34. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, Revised, 1982	42
35. Major Department Store Monthly Sales, by Province, Revised, 1982	44
36. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, Revised, 1982	44
37. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, Revised, 1982	46
38. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, Revised, 1982	46
39. Number of All Department Store Locations, by Province, Revised, 1982	48
40. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, Revised, 1982	48
41. Number of Major Department Store Locations, by Province, Revised, 1982	50
42. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, Revised, 1982	50
43. Number of Junior Department Store Locations, by Province, Revised, 1982	52
44. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, Revised, 1982	52
45. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, Revised, 1982	54
46. Department Store Monthly Stock-Sales Ratios, by Department, Canada, Revised, 1982	56
47. Department Store Monthly Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, Revised, 1982	58

Tableau

32. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, révisées, 1982	40
33. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, révisées, 1982	42
34. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, révisées, 1982	42
35. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, révisées, 1982	44
36. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, révisées, 1982	44
37. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, révisées, 1982	46
38. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, révisées, 1982	46
39. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, révisées, 1982	48
40. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, révisées, 1982	48
41. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, révisées, 1982	50
42. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, révisées, 1982	50
43. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, révisées, 1982	52
44. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, révisées, 1982	52
45. Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, révisées, 1982	54
46. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, révisées, 1982	56
47. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, révisées, 1982	58

TABLE OF CONTENTS - Concluded

	Page
Table	
48. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, Revised, 1980	62
49. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, Revised, 1981	64
50. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, Revised, 1982	66
51. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, Revised, 1980	68
52. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, Revised, 1981	70
53. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, Revised, 1982	72
List of Department Store Organizations	74
Selected Publications	75

TABLES DES MATIÈRES - fin

	Page
Tableau	
48. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, ré- visées, 1980	62
49. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, ré- visées, 1981	64
50. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, révisées, 1982	66
51. Stocks mensuels des grands magasins, dé- saisonnalisées, par rayon, Canada, révi- sées, 1980	68
52. Stocks mensuels des grands magasins, dé- saisonnalisées, par rayon, Canada, révi- sées, 1981	70
53. Stocks mensuels des grands magasins, dé- saisonnalisées, par rayon, Canada, révi- sées, 1982	72
Liste des organisations de grands magasins	74
Choix de publications	75

INTRODUCTION

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services. A "List of Department Store Organizations" can be found at the end of this publication.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Merchandising and Services Division, to be utilized. (The census also measures the activities of "establishments", however, this concept is not used in the monthly survey of department stores.) Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. For example, non-department store locations are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure with the catalogue sales activity of department store organizations classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its leased departments, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as one structure, rather than as a number of smaller stores.

INTRODUCTION

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971. La "Liste des organisations de grands magasins" est donnée à la fin de cette publication.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division du commerce et des services. (Le recensement mesure également les activités des "établissements", toutefois cette unité d'observation n'est pas utilisée dans l'enquête mensuelle sur les grands magasins.) En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les firmes déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les rayons de concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement unique et non comme un regroupement de petits magasins.

Definitions

Retail Location

A retail location, as defined by Statistics Canada, is a business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public for household or personal consumption.

Department Store

A retail location is defined as a department store outlet if it possesses the following characteristics. It must sell the following general lines of merchandise:

Family clothing and apparel. This commodity group is composed of some or all of the following lines: women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms; women's and misses' coats and suits; women's and misses' sportswear; furs; infants' and children's wear; girls' and teenage wear; lingerie and women's sleepwear; intimate apparel; millinery; women's and girls' hosiery; women's and girls' gloves, mitts and accessories; women's, misses' and children's footwear; men's clothing; men's furnishings; boys' clothing and furnishings; men's and boys' footwear. **Note:** The outlet must sell at least six of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being men's and boys' clothing or furnishings. At least 20% of the outlet's total sales must be derived from the family clothing and apparel group.

Furniture, appliance and home furnishings. This commodity group is composed of some or all of the following lines: linens and domestics; china and glassware; home furnishings; furniture, wooden and upholstered goods for living room, dining room and bedroom; major appliances; television, radio and music; hardware and housewares. **Note:** The outlet must sell at least four of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being furniture (wooden and upholstered goods for dining room and/or living room and/or bedroom). At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the furniture, appliance and home furnishings group.

All other (miscellaneous). This category includes all commodities sold by the outlet but not shown above, such as: toiletries, cosmetics and drugs; photographic equipment and supplies; piece goods; notions and smallwares; jewellery; sporting goods and luggage; stationery, books and magazines; and food. **Note:** The outlet must sell at

Définitions

Point de vente au détail

Suivant la définition de Statistique Canada, un point de vente au détail est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et des services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle.

Grand magasin

Un point de vente au détail est un grand magasin s'il possède les caractéristiques suivantes:

Vêtements pour la famille. Ce groupe comprend les articles suivants: robes pour dames et jeunes filles, robes de ménage, tabliers et uniformes; manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles; vêtements de sport pour dames et jeunes filles; fourrures; vêtements de bébés et d'enfants; vêtements de fillettes et d'adolescentes; lingerie et vêtements de nuit pour dames; sous-vêtements; chapeaux; bas pour dames et fillettes; gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes; chaussures pour dames, jeunes filles et enfants; vêtements pour hommes; article d'habillement pour hommes; vêtements et article d'habillement pour garçons; chaussures pour hommes et garçons. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins six des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être les vêtements ou article d'habillement pour hommes et garçons. Au moins 20% des ventes globales du magasin doivent se faire dans le groupe de vêtements pour la famille.

Meubles, appareils et articles d'ameublement ménager. Ce groupe comprend les articles suivants: literie et linge de maison; porcelaine et verrerie; articles d'ameublement ménager; meubles, de bois ou rembourrés, pour salle de séjour, salle à manger ou chambre à coucher; gros appareils, télévision, radio et musique; quincaillerie et articles de ménage. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins quatre des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être des meubles (de bois ou rembourrés pour salle à manger et (ou) salle de séjour et (ou) chambre à coucher). Au moins 10 % des ventes globales du magasin doivent provenir du groupe des meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.

Tous autres articles (divers). Cette catégorie comprend toutes les marchandises que tient le magasin, mais qui ne figurent pas ci-dessus, telles que: articles de toilette, cosmétiques, médicaments; appareils et fournitures photographiques; tissus à la pièce; mercerie et menus articles; bijouterie; articles de sport et valise; papeterie, livres et revues; et aliment

At least **three** different commodity lines with not one of these lines representing more than 50% of the **total** store sales. At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the all other or miscellaneous groups.

Total net sales and receipts are defined as the total sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, restaurant and other services, less returns, adjustments and discounts. Trade-in allowances are not deducted. Commissions earned from the sales of goods owned by others and proprietors' withdrawals of goods (at retail) for personal use are included. Non-trading revenues, bad debts recovered and direct sales taxes are excluded.

Stocks are defined as the selling value of inventory on hand at the end of the month or as at the end of the fiscal period falling nearest the end of the calendar month.

Accounts receivable are defined as customers' accounts and notes receivable as at the end of the month, as well as all new credit granted during the month, less payments received. Accounts discounted with banks, paper sold to sales finance companies, or amounts owing on account of credit-card plans, are excluded. Accounts receivable used as security for bank loans are not considered as discounted if still payable and are therefore included.

Junior Department Stores are defined as retailing entities which sell the same wide range of goods (see department store definition) that are sold in the more traditional (major) department stores and are popularly described as discount operations.

Methodology

The **monthly sales values**, published at the Canada, provincial and metropolitan area levels, are based on the universe of department store organizations. A 100% response rate is aimed for each month with the publication usually delayed if large department store organizations have not responded in time. The monthly sales figures are estimated when necessary, due only to late response, by applying an imputation method which is unique to each organization.

The **monthly sales values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdown of sales. The percentage

Nota: Le magasin doit tenir au moins **trois** des séries mentionnées ci-dessus, dont aucune ne doit représenter plus de 50% des ventes **globales** du magasin. Au moins 10% des ventes globales du magasin doivent provenir des groupes tous autres articles ou divers.

Les **ventes et recettes nettes totales** sont définies comme le total des ventes de marchandises neuves et usagées et des recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres services, moins les rendus, les rajustements et les remises. La valeur des reprises n'est pas déduite. Les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel sont comptées. Les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente directes sont exclus.

Les **stocks** englobent la valeur marchande des stocks détenus à la fin du mois ou de la période financière la plus rapprochée.

Par **comptes à recevoir** on entend les comptes et billets à recevoir des clients à la fin du mois, ainsi que de tout nouveau crédit consenti au cours du mois, moins les paiements reçus. Les comptes escomptés à la banque, les titres vendus à des sociétés de financement des ventes et les montants dus en vertu d'un régime de cartes de crédit ne sont pas comptés. Les comptes à recevoir servant à garantir un emprunt bancaire ne sont pas considérés comme étant escomptés s'ils sont encore payables; ils sont donc inclus.

Les **grands magasins populaires** sont définis comme étant des points de ventes au détail qui offre la même vaste gamme d'articles (voir la définition d'un grand magasin) que les grands magasins traditionnels et qui sont généralement considérés comme des magasins à prix réduits.

Méthodologie

Le **chiffre des ventes mensuelles**, publié pour le Canada, les provinces et les régions métropolitaines, est établi en fonction de l'univers des sociétés de grands magasins. Puisque l'on vise chaque mois un taux de réponse de 100%, la publication est habituellement retardée si une grande firme n'a pas fait parvenir sa déclaration dans les délais prévus. Dans le cas d'une réponse tardive, il est possible de calculer un chiffre estimatif des ventes mensuelles grâce à une méthode d'imputation qui est unique à chaque firme.

Le **chiffre des ventes mensuelles par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes. La répartition en pourcentage des ventes

distributions of sales by department, calculated from the reporting organizations, are applied to the monthly Canada sales total in order to provide an estimate of sales by department at the Canada level.

The **monthly stock values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdowns of sales and stocks. A stock-to-sales ratio for each department, calculated from the reporting organizations, is applied to the corresponding department's monthly sales estimate in order to provide an estimate of stocks by department at the Canada level.

The **monthly accounts receivable values**, published at the Canada level, are based on a panel of department store organizations which are known to have accounts receivable. Data for late respondents are estimated by applying the monthly percentage change in accounts receivable, calculated from the reporting organizations, to the previous month's data of each organization that was late in reporting.

Data Reliability

Non-sampling Errors

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the organizations listed at the end of this publication. The survey can be considered as a complete census of the population under consideration and therefore not subject to sampling errors; however, even under a census situation, with a complete enumeration each month of all known department store locations, errors in published data can occur. These errors, called non-sampling errors, are present whether a sample or a complete census of the population is taken and can be attributed to one or more of the following sources:

Coverage error. This error can result from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

Data response error. This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses under different modes of communication.

par rayon obtenues auprès des firmes déclarantes est appliquée au chiffre mensuel des ventes totales pour le pays afin d'établir une estimation des ventes par rayon pour l'ensemble du Canada.

Le **chiffre des stocks mensuels par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes et des stocks. Pour chaque rayon, le rapport des ventes aux stocks (calculé à partir des déclarations des firmes) est appliqué à l'estimation des ventes mensuelles afin de produire une estimation des stocks pour le Canada.

Le **chiffre des comptes à recevoir mensuel** pour l'ensemble du pays provient des sociétés de grands magasins qui ont de tels comptes. Les données relatives aux enquêtes retardataires sont estimées comme suit: on calcule d'abord la variation en pourcentage des comptes à recevoir de firmes déclarantes, puis on la fait porter sur les chiffres du mois précédent de la firme retardataire.

Fiabilité des données

Erreurs non liées à l'échantillonnage

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins énumérées à la fin de cette publication. Étant donné qu'elle peut être considérée comme un recensement exhaustif de la population observée, elle ne risque pas de comporter des erreurs d'échantillonnage. Par contre, même les données publiées d'un recensement qui dénombre intégralement à chaque mois l'ensemble des points de vente connus des grands magasins peuvent être entachées d'erreurs. Celles-ci, dites non liées à l'échantillonnage, se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

Le champ couvert par l'enquête. L'erreur résulte d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

La réponse. Ici, l'erreur peut être attribuable à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou à des variations, d'un interviewer à l'autre dans le mode de communication retenu, lorsqu'il s'agit d'expliquer des questions et d'interpréter les réponses.

non-response error. Some respondents may refuse to answer questions, some are unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally increases with increases in the non-response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

processing error. These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc.

Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control so that their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates of this publication all attempts have been made to minimize the non-sampling errors: department store locations have been defined in a most precise manner; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations; detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; and every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response burden.

Non-sampling Error Measures

One source of non-sampling error is the non-response error. Text Table I assists users in evaluating this error. Two response measures are derived, namely, the **response rate**, which is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication and the **response fraction**, which is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data.

The units used in the Department Store Sales and Stocks Survey for derivation of the response rate is based on (1) the survey unit - the 10 provinces, the two territories and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations and (2) the organizational unit - the department store firm (company) themselves. For example, a department store firm reporting for 20 stores in Ontario would be considered as one survey

La non-réponse. Certains enquêtés refusent de répondre, tandis que d'autres en sont incapables et encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur les non-répondants, lorsque celles-ci existent. On ne connaît généralement pas l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure qu'augmente le taux de non-réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

Le traitement. L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération et la totalisation.

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. En outre, il faut les cerner de sorte qu'elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. En ce qui concerne les estimations du présent bulletin, tout a été mis en oeuvre afin de minimiser ce genre d'erreurs. Ainsi, les points de vente des grands magasins ont été définis avec beaucoup de précision; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum le nombre d'interprétations éventuelles; les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; enfin, on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage

Parmi les erreurs non liées à l'échantillonnage, on retrouve l'erreur de non-réponse. Le tableau explicatif I donne deux mesures de la réponse qui aideront l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. Le **taux de réponse** représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication. La **fraction de réponse**, par contre, est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés.

Les unités utilisées pour calculer le taux de réponse de l'enquête sur les ventes et les stocks des grands magasins est fondée sur (1) les unités d'enquête - soit les 10 provinces, les deux territoires et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente et (2) les unités organisationnelles - les sociétés des grands magasins elles-mêmes. Par exemple, une société de grands magasins qui produit une déclaration pour 20 magasins en Ontario est considérée comme une unité d'en-

unit and one organizational unit while a firm reporting for five stores in Vancouver, 10 in British Columbia (excluding Vancouver) and two in Yukon would be considered as three survey units but only one organizational unit.

The data variables under consideration for derivation of the **response fraction** are sales, stocks and accounts receivable.

Text Table I gives the reliability of the survey data with respect to the non-response error. The response rate is given as the percentage of survey units and the corresponding organizational units which have responded in time for inclusion in this publication. The response fraction is given as the percentage of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores. For example, a cell of 20 organizational units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25% in terms of these units. If the five units represented \$8 million out of a published estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%. In cases such as these, the response rate alone would tend to underestimate the reliability of the estimate and both measures should be considered.

quête et une unité organisationnelle alors qu'une firme dont la déclaration porte sur cinq magasins à Vancouver, 10 en Colombie-Britannique (sauf Vancouver) et deux au Yukon représente trois unités d'enquête mais seulement une unité organisationnelle.

Les variables dont il faut tenir compte pour calculer la **fraction de réponse** sont les ventes, les stocks et les comptes à recevoir.

Le tableau explicatif I donne la fiabilité de données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse. Le taux de réponse représente le pourcentage des unités d'enquête et des unités organisationnelles correspondantes qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans le présent bulletin. Par contre, la fraction de réponse constitue le pourcentage des données publiées qui sont fondées sur des renseignements effectivement déclarés par les grands magasins. Par exemple, le taux de réponse d'une cellule comportant 20 unités organisationnelles dont cinq répondent lors d'un mois donné atteindrait 25%. Cependant, si les cinq unités représentent \$8 millions sur l'estimation publiée de \$10 millions, la fraction de réponse s'élèverait à 80%. Comme le taux de réponse aurait, à lui seul, tendance à déprécier la fiabilité de l'estimation dans un tel cas, il faudrait tenir compte de deux unités de mesure.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1983
March

TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1983
Mars

	Response rate		Response fraction
	Taux de réponse		Fraction de réponse
	Survey units	Organizational units	
	Unités d'enquête	Unités organisationnelles	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	99.1	95.7	99.9
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	56.5	85.9
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	39.1	63.2
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	87.5	98.7

Seasonal Adjustment

Time series contain the elements essential to the description, explanation and forecasting of the behaviour of an economic phenomenon: "They are statistical records of the evolution of economic processes through time."(1) In using time series to observe economic activity, economists and statisticians have identified four characteristic behavioural components: the long-term movement or trend, the cycle, the seasonal variations and the irregular (fluctuations). These movements are caused by various economic, natural or institutional factors. The seasonal variations occur periodically on a more or less regular basis over the course of the year as a result of seasonal changes in weather, statutory holidays and other events which occur at fairly regular intervals and thus have a major impact on the rate of economic activity.

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X-11-ARIMA seasonal adjustment method(2) to seasonally adjust its time series. This method minimizes the impact of seasonal variations on the series and essentially consists of adding one year of raw data onto each end of the original series before it is seasonally adjusted per se. The estimated data are derived from forecasts and backcasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

The X-11 part of the X-11-ARIMA program uses primarily the ratio-to-moving average method to smooth the modified series and obtain a preliminary estimate of the trend-cycle, to calculate the ratios of the original series (fitted) to the estimates of the trend-cycle and to estimate the seasonal factors from these ratios. The final seasonal factors are produced only after these operations have been repeated several times.(3)

While seasonal adjustment permits a better understanding of the underlying trend-cycle of a series, the seasonally-adjusted series still contains an irregular component. Slight month-to-month variations in the seasonally adjusted series may be

Désaisonnalisation

Les séries temporelles ou chronologiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. "Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps"(1). L'observation par les économistes et les statisticiens de l'activité économique à l'aide des séries temporelles a donc permis de distinguer quatre composantes principales du comportement des séries temporelles: la tendance à long terme ou trend, le mouvement cyclique, les variations saisonnières et les fluctuations irrégulières ou accidentelles. Ces mouvements sont causés par différents facteurs, soit économiques, naturels ou institutionnels. Les variations saisonnières sont les fluctuations périodiques plus ou moins régulières qui se produisent au cours d'une année en raison du cycle météorologique normal, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles avec une certaine régularité pour influencer de façon significative le taux d'activité.

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et de produire une meilleure prédiction, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI(2) afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. Cette technique consiste essentiellement à ajouter une année de données brutes à chacune des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolations prospectives et retrospectives réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressifs à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

La partie X-11 du programme X-11-ARMMI fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série modifiée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, pour calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle et pour estimer les facteurs saisonniers à partir de ces dits rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises(3).

Bien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent n'être que de

(1) "A Note on the Seasonal Adjustment of Economic Time Series," **Canada Statistical Review**, August 1974.

(2) For further information see the **X-11-ARIMA Seasonal Adjustment Method**, by Estella Bee Dagum, Statistics Canada, Catalogue 12-564E, Occasional.

(3) See next page.

(1) La désaisonnalisation des séries temporelles économiques: quelques remarques; tiré à part de la **Revue statistique du Canada**, Août 1974.

(2) Pour plus ample information voir **La méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI**, par Estella Bee Dagum, Statistique Canada, no. 12-564F au catalogue, hors série.

(3) Voir page suivante.

simple irregular movements; to get a better idea of the underlying trend, then, users must examine several months of seasonally adjusted series.

To assist the user, the Months of Cyclical Dominance number, MCD, is provided.⁽³⁾ The MCD is the shortest monthly span for which a certain ratio becomes and remains less than one, that is, the ratio for which the absolute average percentage change of the trend-cycle of the seasonally adjusted series becomes greater than the absolute average percent change of the irregular component. The MCD can be interpreted as the number of months over which a change in the seasonally adjusted series must move in a given direction before one can be reasonably certain that the trend-cycle of that series also has moved in the given direction. Clearly small MCD's are desirable and indicative of a smooth series. Applying a moving average to the seasonally adjusted data of MCD length tends to smooth irregular movements which may obscure the underlying trend-cycle. The MCD moving average provides a method of reducing all types of series to approximately the same degree of smoothness whatever the size of the irregular component in the original series.

Constant Dollar Estimates

To obtain constant dollar estimates of total department store sales (Text Table II), estimates of sales by department group are deflated using department group implicit price indices supplied by the Industry Product Division of Statistics Canada. These deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars. The published price index is an implicit index calculated by dividing the total current dollar sales estimate by the total constant dollar sales estimate.

Data Confidentiality

Statistics Canada is prohibited by law from publishing any statistics which would divulge information relating to any identifiable business without the previous consent in writing of that business⁽⁴⁾. The disclosure of data likely to reveal specific information on the activity of a particular company is therefore systematically and rigorously controlled and regulated to

simples mouvements irréguliers; pour avoir une meilleure idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

À cette fin, on retient l'usage des mois à dominance cyclique, ou MDC.⁽³⁾ Il s'agit du plus petit nombre de mois pour lesquels un certain rapport devient et reste inférieur à l'unité; autrement dit, il s'agit de la période pendant laquelle le taux de variation moyen absolu de la tendance-cycle de la série désaisonnalisée est supérieur à celui de la composante irrégulière. Le MDC peut être considéré comme le nombre de mois que doit durer une variation de la série désaisonnalisée dans une direction donnée avant qu'on puisse être raisonnablement certain que la tendance-cycle de la série évolue dans la même direction. Ainsi, un MDC peu élevé est souhaitable puisqu'il indique la présence d'une série lisse. L'application d'une moyenne mobile aux données désaisonnalisées de période égale au MDC tend à lisser les mouvements irréguliers pouvant dissimuler la tendance-cycle fondamentale. La méthode de la moyenne mobile du MDC permet de réduire tous les genres de série à peu près au même niveau de lissage, quelle que soit la taille de la composante irrégulière dans la série initiale.

Estimations en dollars constants

Afin d'obtenir la valeur estimative de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants (tableau explicatif II), les estimations des ventes relatives aux principaux groupes de départements sont dégonflées au moyen de indices implicites de prix appropriés fournis par la Division du produit industriel de Statistique Canada. Les estimations de ces groupes de rayon ainsi dégonflées sont par la suite totalisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants. L'indice des prix qui est publié est un indice implicite obtenu en divisant le chiffre estimatif des ventes totales en dollars courants par l'estimation correspondante en dollars constants.

Confidentialité des données

La loi interdit à Statistique Canada de diffuser au grand public des données qui pourraient servir à identifier une entreprise ou certains de ses caractéristiques, sans avoir obtenu préalablement l'autorisation écrite de cette dernière⁽⁴⁾. Ainsi, le dévoilement de données susceptibles de révéler des renseignements précis sur l'activité d'une entreprise particulière est systématiquement contrôlé suivant des dispositions

⁽³⁾ See Tables 30 and 31.

⁽⁴⁾ See Section 16 of the Statistics Act (Chapter 15), entitled "Secrecy".

⁽³⁾ Voir les tableaux 30 et 31.

⁽⁴⁾ Voir l'article 16, intitulée Secret, du chapitre 15 de la Loi sur la statistique.

EXT TABLE II. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1981-1983

TABLEAU EXPLICATIF II. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1981-1983

Period	Price index	Current dollars unadjusted	Year/year per cent change	Constant 1971 dollars unadjusted	Year/year per cent change
Période	Indice des prix	Dollars courants non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1971 non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année
		'000	%	'000	%
1981:					
January - Janvier	185.2	643,821	+ 14.5	347,636	+ 4.0
February - Février	189.3	568,767	+ 9.1	300,458	- 0.7
March - Mars	190.0	688,718	+ 11.3	362,483	+ 2.0
April - Avril	192.1	793,595	+ 16.0	413,116	+ 6.4
May - Mai	193.5	822,881	+ 7.1	425,261	- 1.0
June - Juin	193.3	835,934	+ 20.8	432,454	+ 12.0
July - Juillet	193.2	757,743	+ 6.8	392,207	- 1.5
August - Août	195.2	786,492	+ 7.5	402,915	- 0.9
September - Septembre	195.7	848,390	+ 5.3	433,516	- 2.6
October - Octobre	198.1	892,549	+ 8.3	450,555	- 0.6
November - Novembre	199.0	1,036,498	+ 4.6	520,853	- 3.1
December - Décembre	198.1	1,542,685	+ 5.8	778,741	- 1.7
Year - Année	194.3	10,218,073	+ 9.1	5,260,195	+ 0.6
1982:					
January - Janvier	198.6	600,051	- 6.8	302,140	- 13.1
February - Février	204.8	578,049	+ 1.6	282,250	- 6.1
March - Mars	204.1	694,137	+ 0.8	340,097	- 6.2
April - Avril	206.4	788,971	- 0.6	382,253	- 7.5
May - Mai	208.5	813,933	- 1.1	390,376	- 8.2
June - Juin	207.4	790,853	- 5.4	381,318	- 11.8
July - Juillet	205.7	763,949	+ 0.8	371,390	- 5.3
August - Août	207.2	775,727	- 1.4	374,386	- 7.1
September - Septembre	205.2	861,179	+ 1.5	419,678	- 3.2
October - Octobre	208.1	859,187	- 3.7	412,872	- 8.4
November - Novembre	208.8	1,073,558	+ 3.6	514,156	- 1.3
December - Décembre	208.4	1,608,478	+ 4.3	771,822	- 0.9
Year - Année	206.5	10,208,072	- 0.1	4,942,738	- 6.0
1983:					
January - Janvier	206.6	623,426	+ 3.9	301,755	- 0.1
February - Février	213.2	604,104	+ 4.5	283,351	+ 0.4
March - Mars	211.9	787,578	+ 13.5	371,674	+ 9.3
April - Avril					
May - Mai					
June - Juin					
July - Juillet					
August - Août					
September - Septembre					
October - Octobre					
November - Novembre					
December - Décembre					
Year - Année					

prevent the publication or disclosure of any information deemed confidential. The rules regarding the confidentiality of parts of the results of merchandising surveys are therefore applied in such a way that no data are shown for cells (or statistical units) composed of fewer than three companies or of three or more if these are dominated by one or two companies. Then, in the publication itself, the information is withheld on this designated cell by entering an "X" in the appropriate boxes.

Another way of preserving data confidentiality without having to enter an "X" is to combine (consolidate) the information from selected regions (or selected cells) for the same item. The data in question can then simply be aggregated and published in a less detailed, but still confidential, form. For example, in many cases the data for the Northwest Territories and the Yukon are included with the British Columbia data.

The rigorous application of these rules preserves the confidentiality of the information and ultimately has little effect on the dissemination of merchandising survey results.

Explanatory Notes

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios(5) are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stocks ratios(6) are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the January issue of this publication.

(5) See Table 26.

(6) See Table 27.

strictes de telle sorte qu'aucun renseignement jugé secret ne soit publié ou divulgué. L'application des règles sur le caractère secret d'une partie des résultats des enquêtes sur le commerce s'établit donc de manière à ce qu'aucune donnée ne soit révélée pour des cellules (ou unités statistiques) composées de moins de trois compagnies, ou encore de trois ou plus lorsque celles-ci sont dominées par une ou deux compagnies. Par la suite l'information concernant ces cellules est dissimulée en inscrivant un X aux différents postes visés dans la publication.

Une autre façon de préserver le caractère confidentiel de l'information sans pour autant avoir à mettre des "X", consiste à grouper (consolider) pour certaines régions (ou certaines cellules) l'information d'un même poste. Il suffit alors d'agréger les données visées et de les présenter sous une forme moins détaillée mais qui respecte la consigne de confidentialité. Par exemple dans bien des cas, les données relatives aux Territoires du Nord-Ouest et du Yukon sont incluses avec celles de la Colombie-Britannique.

Ainsi, par l'application rigoureuse de ces règles, le caractère privé de l'information est préservé et n'affecte que très marginalement à fin de compte la diffusion des résultats des enquêtes sur le commerce.

Notes explicatives

Les variations des ventes en pourcentage donnée dans la présente publication est fondée sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elle tient compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elle ne se limite pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient les ratios stocks-ventes(5) en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient les ratios ventes-stocks(6) en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement.

La liste de référence des marchandises, qui décrit en détail les produits de chacun des rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de janvier.

(5) Voir tableau 26.

(6) Voir tableau 27.

Revisions to department store sales and stocks are published yearly in the March issue of this publication. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The number of shopping days that this publication is based on varies from month to month. See Text Table III for the number of shopping days the current publication is based on.

Les chiffres révisés des ventes et des stocks des grands magasins sont publiés chaque année dans le numéro de mars du présent bulletin. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Le tableau explicatif III donne le nombre de jours pour la période la plus récente.

TEXT TABLE III. Number of Shopping Days, by Month, 1982 and 1983

TABLÉAU EXPLICATIF III. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1982 et 1983

	1983		1982	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	25	4	25	5
February - Février	24	4	24	4
March - Mars	27	4	27	4
April - Avril	25	5	25	4
May - Mai	25	4	26	5
June - Juin	26	4	26	4
July - Juillet	25	5	26	5
August - Août	26	4	26	4
September - Septembre	25	4	25	4
October - Octobre	25	5	25	5
November - Novembre	26	4	26	4
December - Décembre	26	5	26	3

Chart — 1

Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981 – 1983

Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1981 – 1983

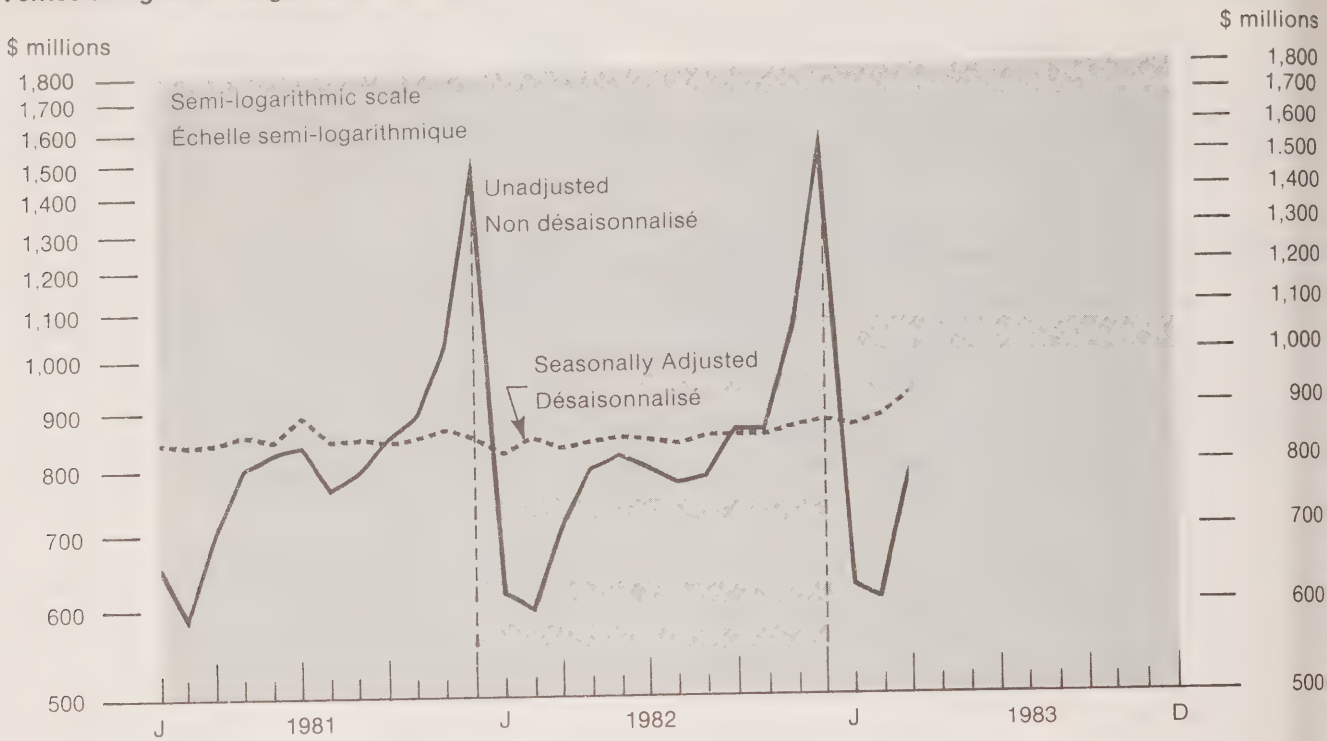


Chart — 2

Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981 – 1983

Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1981 – 1983

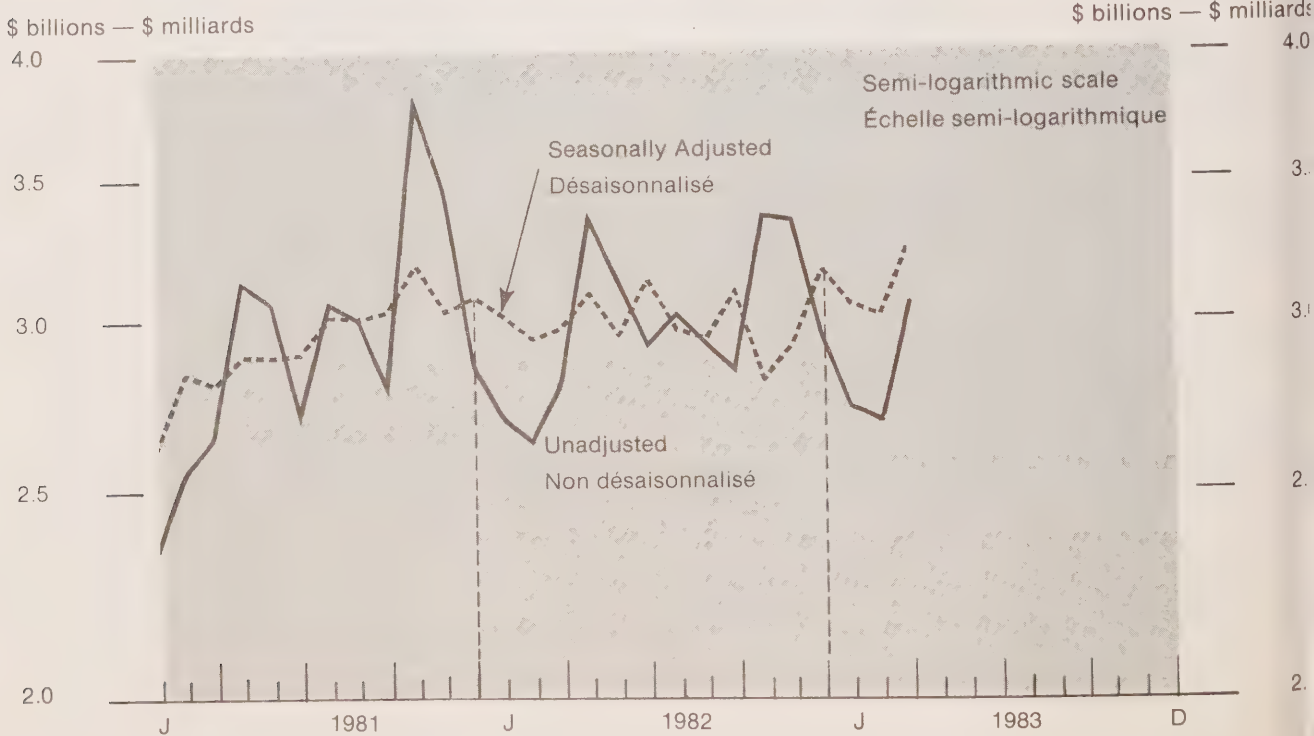


Chart — 3
 Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1981 – 1983
 Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1981 – 1983

Graphique — 3

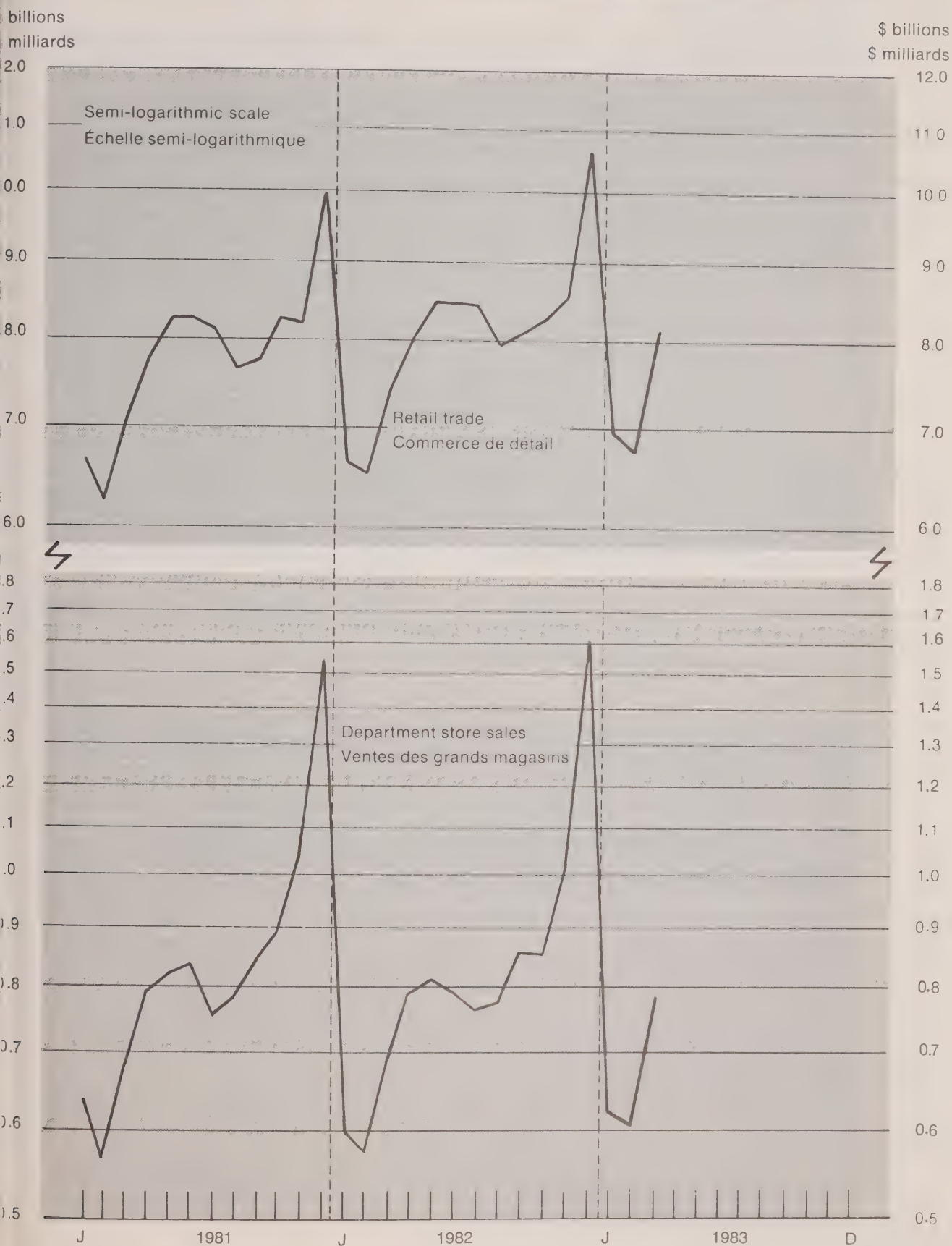
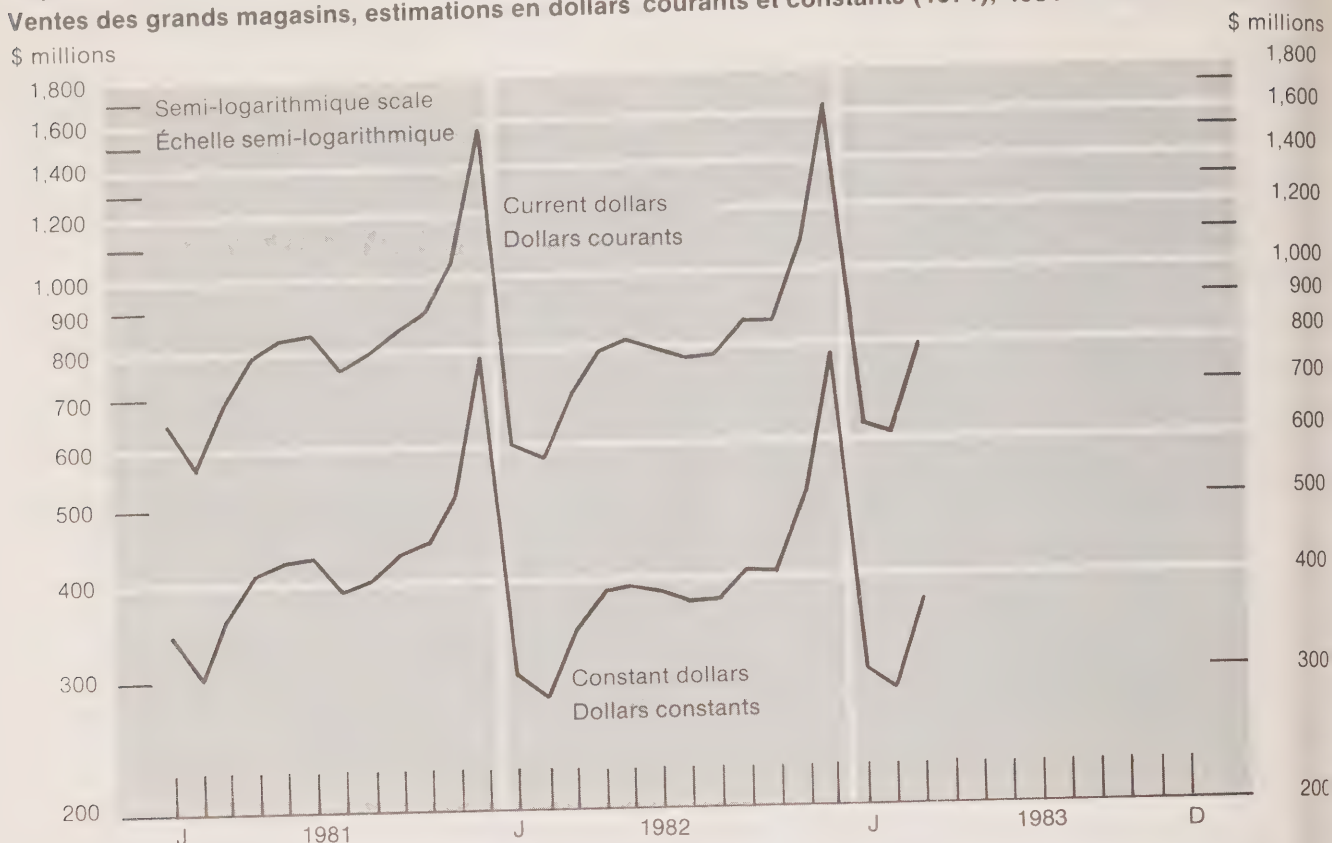


Chart — 4

Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1981 – 1983

Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1981 – 1983

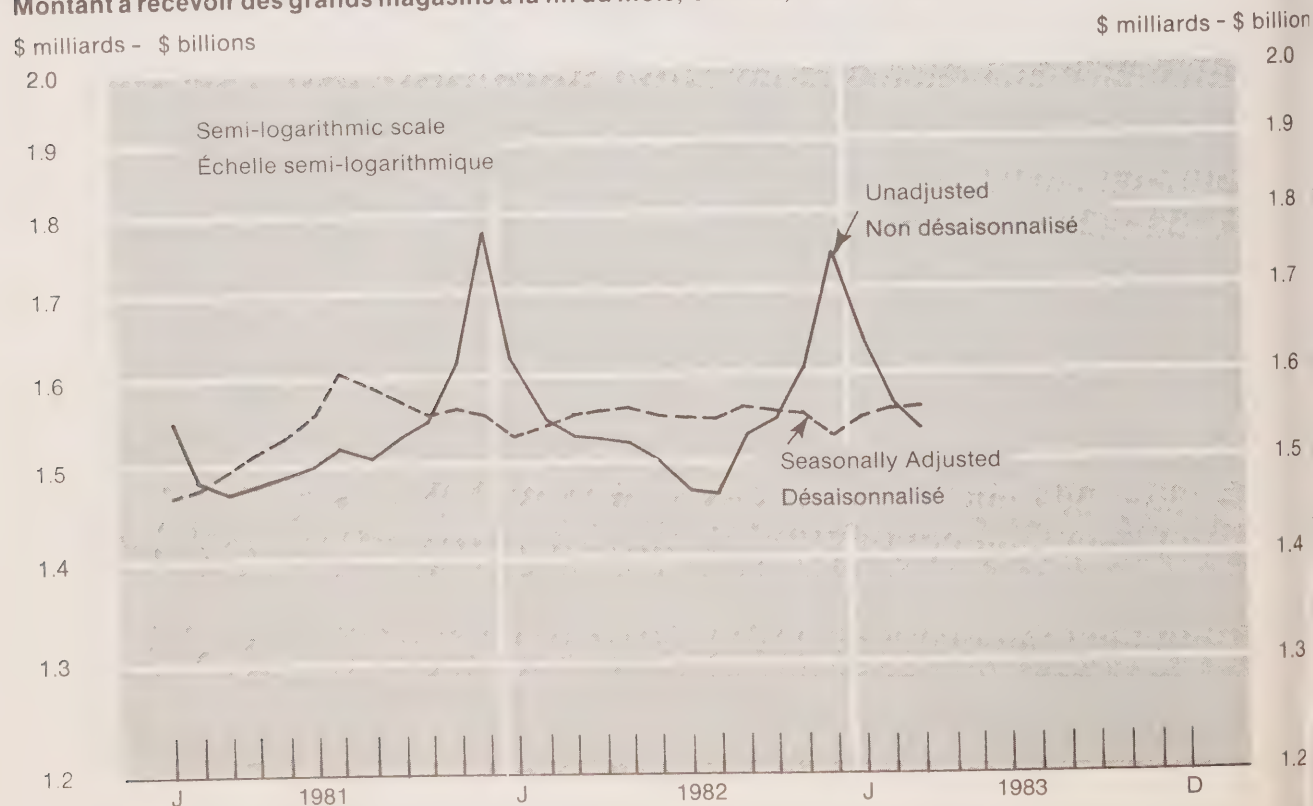


Graphique — 5

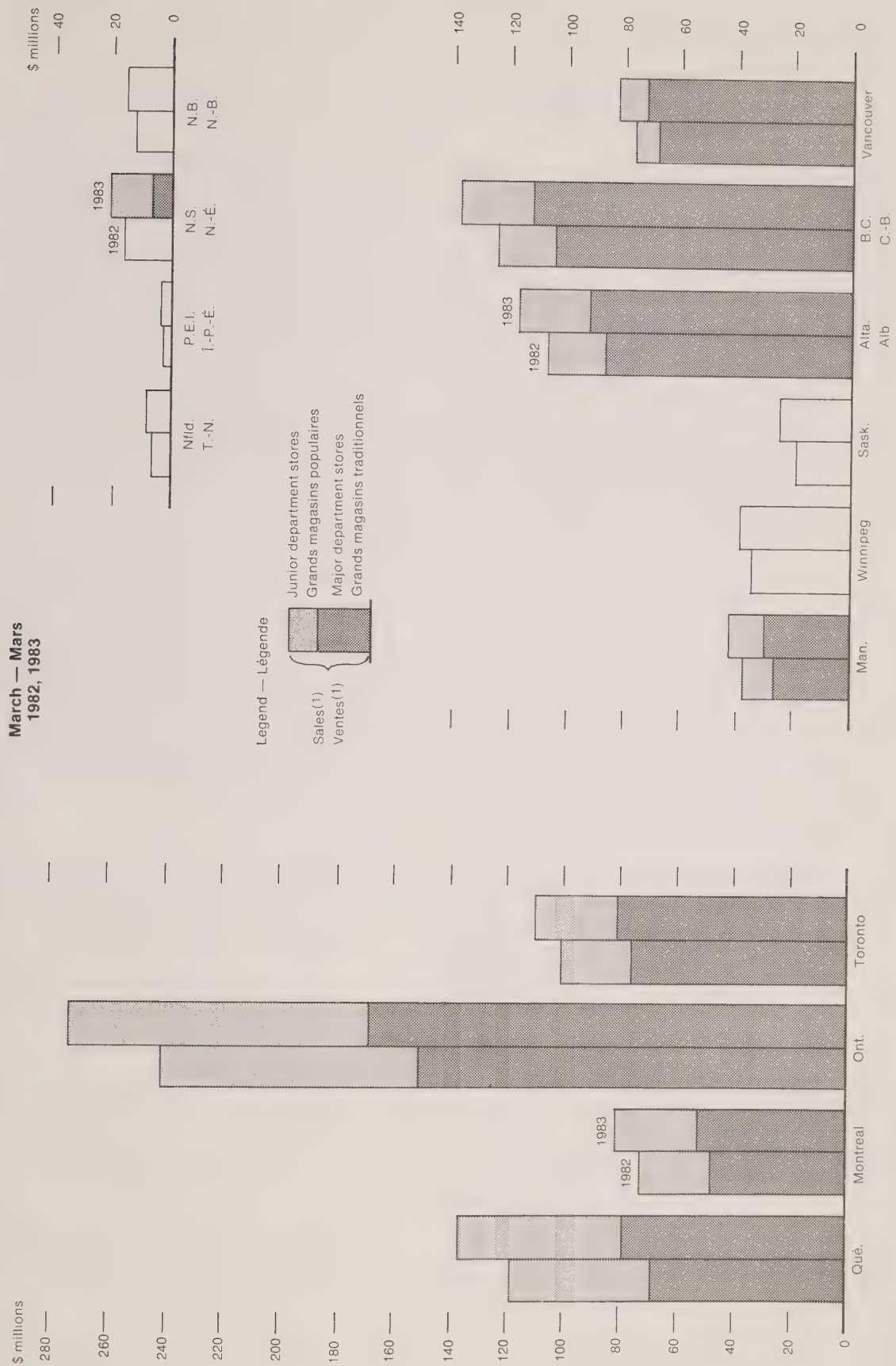
Chart — 5

Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1981 – 1983

Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981 – 1983



Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization
Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisations



(1) For reasons of confidentiality, the split between the two groups (Major-Junior) is not shown for some regions.
(1) Pour des raisons de confidentialité, nous ne mentionons pas pour certaines régions la subdivision en deux groupes (Traditionnels-Populaires).

HIGHLIGHTS

Analysis of Monthly and Quarterly Data

March 1983 department stores sales, seasonally adjusted, increased 4.9% over February 1983, to \$928.4 million. Compared to the previous month, sales were higher in 32 of the 40 departments surveyed, with the largest gains in stationary, books and magazines (+ 24.6%), girls' and teenage girls' wear (+ 15.8%), and men's and boys' footwear (+ 15.7%) while the most notable decreases were in plumbing, heating and building materials (- 9.3%), draperies, curtains and furniture coverings (- 4.7%) and hardwares, paints, wallpaper, etc. (- 4.2%).

Total department store sales for March 1983, without adjustment for seasonal variations, jumped 13.5% over the same month last year to \$787.6 million, the highest increase since the month of June 1981. Among the 35 departments registering increased sales, the largest increases were recorded in toys and games (+ 38.5%), stationary, books and magazines (+ 34.9%), repairs and services and television, radio and music (each + 30.4%) with the most notable decrease reported in fur (- 25.7%).

In March 1983 all provinces showed increased department store sales compared to a year earlier, with gains ranging from 1.0% in the Yukon and Northwest Territories to 30.4% in Nova Scotia. Of the 10 metropolitan areas covered by this survey, sales increases ranged from a high of + 43.2% in Halifax-Dartmouth to a low of + 1.9% in Calgary.

Total sales by major department store organizations increased 10.8% to total \$517.5 million in March 1983, compared to the same period last year, while junior department store organizations sales were 8.8% higher, reaching \$270.1 million.

Cumulative sales for the first quarter of 1983, increased 7.6% over the same period a year earlier and reached \$2,015.1 million.

POINTS SAILLANTS

Analyse des données mensuelles et trimestrielles

En mars 1983, les ventes désaisonnalisées des grands magasins se sont accrues de 4.9% par rapport à celles de février 1983 pour atteindre \$928.4 millions. Comparativement au mois précédent, 32 des 40 rayons pour lesquels on recueille des données, ont enregistré des augmentations de ventes. On a constaté les accroissements des ventes les plus significatifs pour les rayons de papeterie, livres et revues (+ 24.6%), de vêtements de fillettes et d'adolescentes (+ 15.8%) et de chaussures pour hommes et garçons (+ 15.7%), tandis que les baisses de ventes les plus importantes étaient attribuables aux rayons de matériel de plomberie, chauffage et construction (- 9.3%), de quincaillerie, peinture, papier tenture, etc. (- 4.2%).

Les ventes non désaisonnalisées de grands magasins ont enregistré un gain de 13.5% par rapport au mois précédent pour se chiffrer à \$787.6 millions, soit la plus forte augmentation depuis juin 1981. Des 35 rayons pour lesquels on a rapporté des hausses de ventes, se sont les rayons de jouets et jeux (+ 38.5%), de papeterie, livres et revues (+ 34.9%), de services et travaux de réparation et de télévision, radio et musique (chacun des rayons enregistrant + 30.4%) qui ont montré les hausses les plus remarquables. C'est toutefois le rayon des fourrures (- 25.7%) qui a indiqué le recul des ventes le plus appréciable.

En mars 1983, toutes les provinces ont enregistré des augmentations de leurs ventes totales des grands magasins, variant de 1.0% au Yukon et Territoires du Nord-Ouest à 30.4% en Nouvelle-Écosse. Les ventes se sont accrues dans les 10 régions métropolitaines, les hausses variant de 1.9% pour Calgary à 43.2% pour Halifax-Dartmouth.

Les ventes des organisations de grands magasins traditionnels ont totalisé \$517.5 millions en mars 1983, soit 10.8% de plus que le mois correspondant l'année dernière, alors que celles des organisations de grands magasins populaires se sont établies à \$270.1 millions soit une hausse de 8.8%.

Les ventes cumulatives pour le premier trimestre de 1983 ont augmenté de 7.6% par rapport à la même période l'an passé, pour atteindre \$2,015.1 millions.

The retail value of stocks held in March 1983 by department store organizations, not seasonally adjusted, increased 9.7% compared to the same month a year earlier to \$3,052.1 million. The seasonally adjusted value of March 1983 total stocks was 8.2% higher than February 1983 at \$3,253.5 million.

In March 1983, there were 796 retail locations operated by department stores, 1 store more than in February 1983 and 9 more than in March 1982. Of this number, 334 stores were operated by major department store organizations and 462 by junior department store organizations as compared to 338 and 449 locations respectively, in March 1982.

In relation to total retail trade, department store sales in March 1983 accounted for 9.7% of all retail sales in Canada, a slight increase compared to the 9.3% measured for the corresponding month last year.

Analysis of Final 1982 Data

Revised estimates of total department store sales for 1982 were \$10,208.1 million in current dollars, compared to \$10,218.1 million for 1982, a decrease of 0.1%. Of this total the major department store organizations had sales of \$6,589.9 million, down 1.8% from 1981, while revised junior department store organizations sales for 1982 totalled \$3,618.1 million, up 3.1% from 1981.

Revised totals of 1982 department store sales, deflated to offset the effect of inflation, decreased 6.0% from the previous year to \$4,942.7 million in constant 1971 dollars.

La valeur des stocks maintenus au cours du mois de mars 1983 par les organisations de grands magasins, sans ajustements saisonniers, s'est élevée de 9.7% comparativement au mois correspondant l'année dernière pour s'inscrire à \$3,052.1 millions. La valeur désaisonnalisée des stocks totaux pour mars 1983, a totalisé \$3,253.5 millions soit 8.2% de plus qu'en février 1983.

En mars 1983, on a dénombré 796 points de vente opérés par les grands magasins, soit 1 de plus qu'en février 1983 et 9 de plus qu'en mars 1982. De ce nombre, 334 magasins étaient opérés par les organisations de grands magasins traditionnels et 462 par les organisations de grands magasins populaires comparativement à 338 et 449 points de vente respectivement en mars 1982.

Les ventes des grands magasins ont représenté 9.7% de l'ensemble des ventes au détail au Canada en mars 1983, soit une légère augmentation par rapport au 9.3% mesuré pour le mois correspondant l'an passé.

Analyse des données finales de 1982

Les estimations révisées des ventes totales des grands magasins en dollars courants, ont reculé de 0.1% par rapport aux \$10,218.1 millions enregistrés en 1981 et se sont chiffrées \$10,208.1 millions en 1982. De ce total, les ventes des organisations de grands magasins traditionnels ont contribué à \$6,589.9 millions, soit une diminution de 1.8% par rapport à 1981 et les organisations de grands magasins populaires ont compté pour \$3,618.1 millions pour ainsi s'accroître de 3.1% par rapport à 1981.

Le total révisé des ventes au détail des grands magasins, dégonflé pour éliminer l'effet de l'inflation, a chuté de 6.0% comparativement à l'année précédente pour se chiffrer à \$4,942.7 millions en dollars constants de 1971.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, by Department, 1982 and 1983									
		1983			1982 ¹				
		January	February	March	March	April	May	June	July
Department		Janvier	Février	Mars	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		thousands of dollars							
		milliers de dollars							
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	8,000	9,881	13,471	13,746	17,544	21,006	17,781	15,449
2	Women's and misses' coats and suits	10,723	10,458	15,580	14,241	14,411	7,272	5,606	6,852
3	Women's and misses' sportswear	28,150	33,825	46,361	39,536	45,783	51,250	43,753	42,244
4	Furs	4,549	3,129	2,185	2,941	677	590	598	1,743
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	16,675	16,265	21,393	19,453	23,968	21,779	19,955	20,556
6	Girls' and teenage girls' wear	8,145	10,262	17,871	15,202	16,877	15,663	13,791	13,197
7	Lingerie and women's sleepwear	10,209	11,139	13,859	12,321	15,061	16,230	14,973	15,374
8	Intimate apparel	7,304	6,903	9,839	8,469	9,804	10,047	9,783	9,309
9	Millinery	1,248	1,014	996	912	1,171	977	899	938
10	Women's and girls' hosiery	8,084	7,388	10,198	8,683	10,264	9,312	8,232	6,874
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	8,462	8,016	11,913	10,656	12,745	12,533	10,828	9,478
12	Women's, misses' and children's footwear	13,164	13,026	21,320	19,390	24,847	24,920	21,959	17,549
13	Men's clothing	20,728	20,022	33,035	31,825	32,784	32,032	34,826	24,911
14	Men's furnishings	22,542	22,525	32,921	26,482	30,477	32,312	41,503	31,427
15	Boys' clothing and furnishings	6,444	6,563	10,928	9,155	12,045	10,714	9,943	8,912
16	Men's and boys' footwear	8,868	9,036	14,514	11,625	15,961	15,859	15,138	11,611
17	Food and kindred products	47,381	58,103	56,030	50,634	59,797	57,701	49,615	50,750
18	Toiletries, cosmetics and drugs	37,336	37,530	44,134	38,109	41,137	40,356	40,376	40,738
19	Photographic equipment and supplies	9,261	8,365	10,481	9,819	11,148	11,072	13,662	13,725
20	Piece goods	3,456	3,554	4,753	4,918	4,744	4,574	4,032	3,587
21	Linens and domestics	28,304	16,064	22,030	18,489	20,173	21,348	24,821	26,568
22	Smallwares and notions	9,028	7,082	7,891	7,393	7,703	6,340	6,492	6,864
23	China and glassware	7,526	8,433	11,208	9,529	9,952	10,871	9,511	10,006
24	Floor coverings	9,403	9,453	13,007	11,823	11,792	11,359	11,545	11,687
25	Draperies, curtains and furniture coverings	10,267	10,307	13,881	13,640	14,920	14,650	15,852	15,151
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6,757	5,517	8,098	7,016	6,769	7,146	7,114	7,634
27	Furniture	38,133	30,277	42,496	35,730	36,501	40,673	39,420	43,652
28	Major appliances	33,665	27,750	36,223	31,389	31,587	32,570	35,561	41,539
29	Television, radio and music	35,142	28,086	37,902	29,059	28,069	25,112	27,431	30,261
30	Housewares and small electrical appliances	25,485	29,189	27,641	24,129	29,431	32,109	30,958	32,524
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	17,735	16,407	21,138	20,559	26,241	35,738	30,697	26,756
32	Plumbing, heating and building materials	7,215	7,741	8,596	7,381	10,662	12,883	10,981	11,770
33	Jewellery	9,595	11,087	15,406	15,400	16,773	18,061	17,438	16,692
34	Toys and games	8,046	9,298	13,446	9,707	14,034	11,815	12,317	13,444
35	Sporting goods and luggage	18,064	14,512	20,091	20,992	28,020	35,171	36,284	31,763
36	Stationery, books and magazines	19,259	19,368	24,920	18,473	20,075	19,706	20,582	19,923
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	12,734	11,080	15,085	15,196	18,147	17,781	18,018	18,427
38	Meals and lunches	18,021	16,954	20,384	20,074	19,498	19,119	19,656	19,656
39	Repairs and services	7,763	8,193	10,091	7,736	7,771	7,424	7,121	6,497
40	All other departments	20,555	20,302	26,262	22,305	29,608	37,858	31,801	27,911
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	623,426	604,104	787,578	694,137	788,971	813,933	790,853	763,945

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1982 ¹							Rayon	N ^o
August	September	October	November	December	March/ February 1983	March 1983/1982		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Mars/ février 1983	Mars 1983/1982		
thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
14,718	16,227	15,276	18,151	23,253	+ 36.3	- 2.0	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
16,926	17,648	23,113	25,071	22,116	+ 49.0	+ 9.4	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
43,798	57,256	44,244	51,645	69,090	+ 37.1	+ 17.3	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
1,743	2,674	4,132	5,917	6,303	- 30.2	- 25.7	Fourrures	4
25,308	24,475	25,038	27,165	37,027	+ 31.5	+ 10.0	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
22,913	18,303	14,990	19,628	26,576	+ 74.1	+ 17.6	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
13,058	16,874	16,919	25,027	45,884	+ 24.4	+ 12.5	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
9,336	10,658	8,922	10,595	14,406	+ 42.5	+ 16.2	Sous-vêtements	8
978	1,584	2,193	3,504	4,528	- 1.8	+ 9.2	Chapeaux	9
8,178	12,646	11,810	13,049	18,176	+ 38.0	+ 17.4	Bas pour dames et fillettes	10
10,543	15,644	15,526	22,465	36,331	+ 48.6	+ 11.8	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
22,023	28,574	26,119	31,052	30,873	+ 63.7	+ 10.0	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
27,987	38,629	36,168	50,614	66,262	+ 65.0	+ 3.8	Vêtements pour hommes	13
32,121	39,796	37,995	57,827	110,234	+ 46.2	+ 24.3	Articles d'habillement pour hommes	14
17,856	11,931	11,555	14,678	24,023	+ 66.5	+ 19.4	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
13,385	17,166	15,228	20,556	24,274	+ 60.6	+ 24.9	Chaussures pour hommes et garçons	16
56,782	49,303	54,758	67,523	81,194	- 3.6	+ 10.7	Produits alimentaires et connexes	17
40,400	41,750	45,954	56,485	110,167	+ 17.6	+ 15.8	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
13,203	12,750	12,113	15,643	32,585	+ 25.3	+ 6.7	Appareils et fournitures photographiques	19
4,435	5,491	5,524	5,561	4,666	+ 33.7	- 3.4	Tissus à la pièce	20
24,417	28,310	25,651	27,882	43,982	+ 37.1	+ 19.2	Literie et linge de maison	21
7,498	10,608	9,814	10,960	12,620	+ 11.4	+ 6.7	Menus articles	22
9,216	12,425	10,762	16,440	35,009	+ 32.9	+ 17.6	Porcelaine et verrerie	23
10,399	11,558	13,841	14,117	11,645	+ 37.6	+ 10.0	Revêtements de plancher	24
13,148	13,458	14,406	16,323	18,340	+ 34.7	+ 1.8	Tentures, rideaux et housses	25
7,202	8,516	8,908	12,727	21,127	+ 46.8	+ 15.4	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
35,421	38,375	39,213	40,459	42,085	+ 40.4	+ 18.9	Meubles	27
32,335	38,400	40,446	42,784	43,480	+ 30.5	+ 15.4	Gros appareils ménagers	28
30,750	42,890	37,668	50,778	80,007	+ 34.9	+ 30.4	Télévision, radio et musique	29
30,419	31,966	35,420	43,025	79,674	- 5.3	+ 14.6	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
22,921	23,160	27,832	25,786	35,503	+ 28.8	+ 2.8	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
8,851	9,471	10,139	10,333	12,214	+ 11.0	+ 16.5	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
15,875	21,379	17,987	27,977	65,752	+ 39.0	--	Bijouterie	33
12,188	12,368	20,835	44,461	80,677	+ 44.6	+ 38.5	Jouets et jeux	34
23,750	23,490	20,627	27,706	50,879	+ 38.4	- 4.3	Articles de sport et valises	35
27,685	27,369	22,381	32,892	68,147	+ 28.7	+ 34.9	Papeterie, livres et revues	36
15,974	15,262	19,495	22,207	22,701	+ 36.1	- 0.7	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
19,627	19,986	20,067	23,939	32,413	+ 20.2	+ 1.5	Repas et casse-croûtes	38
6,789	7,409	8,984	11,908	13,405	+ 23.2	+ 30.4	Services et travaux de réparation	39
25,571	25,400	27,134	28,698	50,850	+ 29.4	+ 17.7	Tous autres rayons	40
775,727	861,179	859,187	1,073,558	1,608,478	+ 30.4	+ 13.5	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

TABLE 2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983(1)

TABLE 2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department		1983			1982 ^F			
Department		January ^F	February ^F	March	March	April	May	June
Department		Janvier ^F	Février ^F	Mars	Mars	Avril	Mai	Juin
No.		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	14,131	15,198	15,564	15,775	15,947	16,139	15,694
2	Women's and misses' coats and suits	14,489	14,848	15,034	14,357	14,726	15,902	13,743
3	Women's and misses' sportswear	47,558	52,614	52,261	45,015	45,730	47,092	45,011
4	Furs	2,844	2,872	2,827	3,608	2,865	3,207	3,010
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	24,337	23,921	24,655	22,643	23,285	23,561	22,627
6	Girls' and teenage girls' wear	16,326	16,585	19,204	16,473	16,648	16,890	15,919
7	Lingerie and women's sleepwear	18,785	18,558	18,861	16,952	17,594	17,104	17,147
8	Intimate apparel	9,707	9,798	10,348	9,065	9,203	9,325	8,846
9	Millinery	1,690	1,781	1,711	1,557	1,596	1,583	1,515
10	Women's and girls' hosiery	10,141	10,280	10,967	9,406	9,587	9,663	9,724
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	14,824	14,328	15,459	13,967	14,349	14,102	13,435
12	Women's, misses' and children's footwear	22,540	23,396	23,283	21,642	22,621	23,751	22,663
13	Men's clothing	33,241	33,802	36,438	35,337	35,775	36,483	35,428
14	Men's furnishings	39,818	41,650	47,138	38,281	39,141	40,569	39,941
15	Boys' clothing and furnishings	12,164	12,228	13,496	11,387	12,028	12,274	12,111
16	Men's and boys' footwear	14,571	15,047	17,403	14,065	14,739	15,353	14,706
17	Food and kindred products	57,024	58,483	61,248	55,773	56,342	56,503	56,581
18	Toiletries, cosmetics and drugs	49,914	49,928	51,807	45,049	45,609	44,162	45,923
19	Photographic equipment and supplies	13,569	14,115	14,264	13,600	13,753	13,208	13,653
20	Piece goods	4,179	4,147	4,287	4,500	4,475	4,564	4,443
21	Linens and domestics	27,485	26,588	28,042	24,676	24,126	23,834	25,882
22	Smallwares and notions	8,512	8,369	8,603	8,115	8,392	8,302	8,487
23	China and glassware	11,784	13,897	14,421	12,729	12,666	12,384	11,515
24	Floor coverings	11,671	11,499	12,990	11,851	11,763	11,339	11,789
25	Draperies, curtains and furniture coverings	13,934	15,198	14,479	14,406	14,079	14,248	14,579
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	9,074	8,578	9,710	8,555	8,081	8,757	8,730
27	Furniture	38,614	39,805	44,010	37,761	39,380	38,266	37,940
28	Major appliances	36,204	38,211	39,775	34,851	34,740	33,312	34,591
29	Television, radio and music	39,857	40,522	43,772	33,846	35,375	33,896	36,106
30	Housewares and small electrical appliances	37,366	39,460	37,807	33,229	34,137	33,437	34,562
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	24,529	24,300	26,413	26,236	25,284	28,811	26,470
32	Plumbing, heating and building materials	10,650	11,064	10,034	8,913	9,401	10,244	9,229
33	Jewellery	21,132	21,124	21,294	21,797	21,290	20,650	20,480
34	Toys and games	23,283	24,034	27,430	19,657	20,859	19,981	21,354
35	Sporting goods and luggage	25,288	25,712	27,677	28,947	27,813	30,445	29,264
36	Stationery, books and magazines	26,292	27,449	33,459	24,852	25,288	24,677	25,488
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	17,265	16,269	17,028	17,937	17,414	18,064	17,741
38	Meals and lunches	21,168	20,986	20,920	20,818	20,496	20,202	20,284
39	Repairs and services	9,267	10,150	10,372	8,059	8,146	7,932	7,376
40	All other departments	29,940	29,600	31,013	26,822	26,557	28,352	28,692
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	865,148	884,731	928,419	828,195	841,072	848,839	842,160

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1982 et 1983(1)

1982 ²						Change - Variation			
July	August	September	October	November	December	March/ February 1983	Rayon		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Mars/ février 1983			
Thousands of dollars						per cent			N ^o
milliers de dollars						pourcentage			
15,672	16,056	16,052	16,124	16,607	16,309	+ 2.4	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles		1
14,357	15,366	13,751	13,959	16,531	14,111	+ 1.3	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles		2
45,983	45,511	45,353	43,322	44,475	46,435	- 0.7	Vêtements sport pour dames et jeunes filles		3
3,353	2,168	2,799	3,154	3,153	2,661	- 1.6	Fourrures		4
22,438	24,183	22,348	22,610	23,068	23,259	+ 3.1	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants		5
16,078	16,230	15,796	15,473	16,227	16,721	+ 15.8	Vêtements de fillettes et d'adolescentes		6
16,764	17,861	18,020	18,209	17,777	17,801	+ 1.6	Lingerie et vêtements de nuit pour dames		7
9,248	9,710	10,096	9,921	10,509	10,161	+ 5.6	Sous-vêtements		8
1,572	1,642	1,679	1,583	1,701	1,725	- 3.9	Chapeaux		9
9,639	10,173	10,759	10,474	11,128	10,704	+ 6.7	Bas pour dames et fillettes		10
13,671	14,111	14,434	14,700	14,907	14,783	+ 7.9	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes		11
22,466	22,482	22,750	21,738	24,598	22,882	- 0.5	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants		12
34,600	34,026	35,024	32,912	35,017	34,576	+ 7.8	Vêtements pour hommes		13
40,400	43,527	42,108	39,928	38,775	40,957	+ 13.2	Articles d'habillement pour hommes		14
11,461	12,779	11,307	11,513	12,135	12,112	+ 10.4	Vêtements et articles d'habillement pour garçons		15
14,004	14,755	14,816	13,784	16,922	15,159	+ 15.7	Chaussures pour hommes et garçons		16
56,575	56,996	56,332	57,463	57,045	57,362	+ 4.7	Produits alimentaires et connexes		17
46,194	47,292	47,168	48,609	48,701	49,362	+ 3.8	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments		18
13,391	13,565	13,681	13,657	13,591	13,602	+ 1.1	Appareils et fournitures photographiques		19
4,653	4,759	4,727	4,623	4,591	4,857	+ 3.4	Tissus à la pièce		20
24,062	25,317	25,279	25,598	25,924	26,751	+ 5.5	Literie et linge de maison		21
8,158	8,777	8,826	8,576	9,095	8,491	+ 2.8	Menus articles		22
12,127	12,489	12,647	12,778	12,014	12,561	+ 3.8	Porcelaine et verrerie		23
11,468	11,346	11,317	11,843	11,501	11,196	+ 13.0	Revêtements de plancher		24
13,483	13,892	13,124	13,611	14,402	15,668	- 4.7	Tentures, rideaux et housses		25
8,652	8,725	8,681	9,122	9,163	9,294	+ 13.2	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison		26
36,196	36,988	36,888	39,663	38,800	40,930	+ 10.6	Meubles		27
33,929	33,432	35,526	37,364	42,064	38,009	+ 4.1	Gros appareils ménagers		28
35,350	35,610	38,222	36,677	38,252	38,184	+ 8.0	Télévision, radio et musique		29
33,461	34,623	34,655	38,121	34,963	35,896	- 4.2	Articles de ménage et petits appareils élec- triques		30
25,849	25,912	24,870	25,741	25,158	25,164	+ 8.7	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.		31
10,277	9,522	9,627	9,142	10,180	12,085	- 9.3	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction		32
22,012	21,288	21,284	21,690	20,174	21,202	+ 0.8	Bijouterie		33
20,429	20,770	20,576	20,847	18,941	21,254	+ 14.1	Jouets et jeux		34
28,051	27,951	27,915	26,240	25,905	26,233	+ 7.6	Articles de sport et valises		35
25,754	26,301	25,600	25,839	26,065	28,149	+ 24.6	Papeterie, livres et revues		36
18,129	17,223	17,084	16,541	17,430	16,424	+ 4.7	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures		37
20,115	20,336	20,707	19,945	21,236	22,091	- 0.3	Repas et casse-croûtes		38
7,078	7,666	7,745	8,301	8,564	10,128	+ 2.2	Services et travaux de réparation		39
28,490	28,849	29,837	30,129	29,896	30,492	+ 4.8	Tous autres rayons		40
833,862	850,107	850,465	850,418	865,697	876,476	+ 4.9	TOTAL, TOUTS RAYONS		41

(1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983

Province	1983			1982 ^F				
	January	February	March	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	5,973	6,167	9,133	7,660	9,298	10,060	9,668	9,433
2 Prince Edward Island	4,088	3,308	4,039	3,744	4,285	4,446	4,797	6,030
3 Nova Scotia	15,152	14,552	21,368	16,382	20,455	20,369	20,303	19,946
4 New Brunswick	11,285	11,429	15,670	13,040	16,625	17,813	17,440	16,853
5 Quebec	113,689	105,666	137,559	118,529	145,398	151,875	135,940	134,696
6 Ontario	220,389	209,538	273,189	241,382	275,261	289,219	277,394	268,605
7 Manitoba	30,338	30,908	43,142	37,860	43,247	43,038	40,902	41,294
8 Saskatchewan	18,851	18,137	25,262	19,564	22,876	23,277	22,476	22,961
9 Alberta	92,346	92,023	117,900	107,825	117,352	118,905	121,211	111,068
10 British Columbia	109,447	110,510	137,672	125,533	131,572	131,994	137,502	130,142
11 Yukon and Northwest Territories	1,868	1,866	2,645	2,620	2,602	2,938	3,220	2,922
12 CANADA	623,426	604,104	787,578	694,137	788,971	813,933	790,853	763,949

TABLE 4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983			1982 ^F				
	January	February	March	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Calgary	35,506	35,568	45,673	44,827	47,244	47,713	48,110	44,318
2 Edmonton	42,323	41,986	53,130	47,049	54,107	54,417	54,215	49,531
3 Halifax-Dartmouth	8,865	8,301	12,425	8,677	11,094	10,412	10,004	9,591
4 Hamilton	16,494	15,417	20,012	18,354	21,197	21,757	20,499	19,861
5 Montreal	69,878	64,081	81,508	72,444	88,836	89,527	79,362	78,721
6 Ottawa-Hull	27,571	24,135	34,541	28,509	33,061	34,977	32,654	31,011
7 Quebec City	15,486	13,658	19,417	15,388	18,963	21,038	19,196	18,411
8 Toronto	91,876	86,317	110,184	101,208	111,484	113,817	110,588	106,481
9 Vancouver	66,859	67,579	82,773	77,183	78,807	80,477	80,841	76,331
10 Winnipeg	27,586	28,058	39,236	34,351	39,272	38,966	36,918	37,351

TABLEAU 3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1982 et 1983

1982 ^r					Change - Variation		Province	N ^O
August	September	October	November	December	March/ February 1983	March 1983/1982		
août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Mars/ février 1983	Mars 1983/1982		
Thousands of dollars - milliers de dollars								
10,021	9,903	11,067	13,775	19,875	+ 48.1	+ 19.2	Terre-Neuve	1
5,098	5,230	5,087	6,019	9,477	+ 22.1	+ 7.9	Île-du-Prince-Édouard	2
21,808	22,345	23,885	32,319	51,652	+ 46.9	+ 30.4	Nouvelle-Écosse	3
16,964	17,601	19,217	25,692	36,671	+ 37.1	+ 20.2	Nouveau-Brunswick	4
42,459	148,921	154,748	178,929	280,436	+ 30.2	+ 16.1	Québec	5
72,438	305,940	302,675	387,576	598,421	+ 30.4	+ 13.2	Ontario	6
40,344	46,588	44,257	57,953	80,873	+ 39.6	+ 14.0	Manitoba	7
22,792	25,635	25,662	34,468	47,067	+ 39.3	+ 29.1	Saskatchewan	8
14,077	125,582	127,275	158,132	218,739	+ 28.1	+ 9.3	Alberta	9
26,885	150,477	142,202	175,741	260,278	+ 24.6	+ 9.7	Colombie-Britannique	10
2,841	2,958	3,112	2,954	4,990	+ 41.7	+ 1.0	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
75,727	861,179	859,187	1,073,558	1,608,478	+ 30.4	+ 13.5	CANADA	12

TABLEAU 4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1982 ^F					Change - Variation		Certaines zones métropolitaines	N ^O
August	September	October	November	December	March/ february 1983	March 1983/1982		
août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Mars/ février 1983	Mars 1983/1982		
Thousands of dollars - milliers de dollars								
43,635	49,280	49,690	61,436	84,142	+ 28.4	+ 1.9	Calgary	1
52,992	57,361	57,129	70,906	97,287	+ 26.5	+ 12.9	Edmonton	2
10,970	12,820	13,419	17,887	27,088	+ 49.7	+ 43.2	Halifax-Dartmouth	3
19,183	22,582	22,156	28,415	46,239	+ 29.8	+ 9.0	Hamilton	4
13,891	91,718	93,741	108,605	171,021	+ 27.2	+ 12.5	Montréal	5
2,122	37,009	37,657	44,801	66,060	+ 43.1	+ 21.2	Ottawa-Hull	6
9,805	20,783	21,461	25,300	36,127	+ 42.2	+ 26.2	Ville de Québec	7
17,575	126,985	121,498	156,241	242,771	+ 27.7	+ 8.9	Toronto	8
4,222	91,441	85,071	105,425	156,081	+ 22.5	+ 7.2	Vancouver	9
6,432	42,384	40,028	52,572	72,593	+ 39.8	+ 14.2	Winnipeg	10

TABLE 5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983

Province	1983			1982 ^F				
	January	February	March	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	5,561	5,025	6,674	x	x	x	x	x
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	63,028	59,932	78,757	68,858	81,067	83,139	74,079	73,714
6 Ontario	139,304	130,111	168,840	151,585	166,003	169,784	164,104	159,248
7 Manitoba	20,927	21,103	30,050	26,132	28,201	26,829	26,205	26,399
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	74,681	72,922	92,836	87,310	91,714	90,415	94,099	84,406
10 British Columbia	91,080	91,592	112,768	105,338	106,103	105,760	109,360	103,259
11 Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	x	x	x
12 CANADA	416,073	400,107	517,527	466,897	503,423	507,484	498,681	477,590

TABLE 6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983			1982 ^F				
	January	February	March	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Calgary	29,040	28,473	36,678	36,656	36,350	36,100	37,456	33,647
2 Edmonton	35,144	34,295	42,699	39,084	43,953	43,044	43,381	39,048
3 Halifax-Dartmouth	5,252	4,637	7,050	x	x	x	x	x
4 Hamilton	12,516	11,640	15,106	14,017	16,051	16,272	15,139	14,840
5 Montreal	42,362	41,194	52,817	48,192	56,661	55,322	48,659	48,943
6 Ottawa-Hull	18,458	15,667	23,189	19,060	19,953	22,266	21,006	20,561
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x	x	x
8 Toronto	69,002	64,180	81,651	76,319	81,925	81,281	79,194	76,451
9 Vancouver	59,276	60,052	73,075	68,857	68,628	70,134	69,984	66,091
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983

1982							Change - Variation		
August	September	October	November	December	March/ February 1983	March 1983/1982	Province		
août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Mars/ février 1983	Mars 1983/1982			
Thousands of dollars - milliers de dollars									N ^o
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1	
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2	
x	x	x	x	x	+ 32.8	x	Nouvelle-Écosse	3	
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4	
6,393	88,670	90,851	106,753	156,587	+ 31.4	+ 14.4	Québec	5	
9,603	196,786	189,082	245,792	355,233	+ 29.8	+ 11.4	Ontario	6	
5,890	33,309	29,310	39,694	52,740	+ 42.4	+ 15.0	Manitoba	7	
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8	
6,868	100,475	99,298	124,170	168,176	+ 27.3	+ 6.3	Alberta	9	
1,750	125,810	115,913	143,087	207,619	+ 23.1	+ 7.1	Colombie-Britannique	10	
x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11	
0,433	583,300	562,793	708,645	1,009,764	+ 29.3	+ 10.8	CANADA	12	

TABLEAU 6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

82	Change - Variation							
August	September	October	November	December	March/ February 1983	March 1983/1982	Certaines zones métropolitaines	
août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Mars/ février 1983	Mars 1983/1982		Nº
Thousands of dollars - milliers de dollars								
9,935	39,815	39,628	49,768	66,511	+ 28.8	+ 0.1	Calgary	1
1,355	46,854	45,456	56,902	76,959	+ 24.5	+ 9.2	Edmonton	2
x	x	x	x	x	+ 52.0	x	Halifax-Dartmouth	3
1,980	17,581	16,816	21,663	33,694	+ 29.8	+ 7.8	Hamilton	4
1,605	60,960	61,287	73,100	108,220	+ 28.2	+ 9.6	Montréal	5
1,729	24,714	25,375	29,970	40,989	+ 48.0	+ 21.7	Ottawa-Hull	6
x	x	x	x	x	x	x	Ville de Québec	7
1,270	98,071	90,285	118,572	175,136	+ 27.2	+ 7.0	Toronto	8
1,649	81,673	74,675	92,093	134,584	+ 21.7	+ 6.1	Vancouver	9
x	x	x	x	x	x	x	Winnipeg	10

TABLE 7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983

Province	1983			1982 ^F				
	January	February	March	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	9,591	9,527	14,694	x	x	x	x	x
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	50,662	45,734	58,802	49,671	64,330	68,736	61,861	60,981
6 Ontario	81,085	79,427	104,349	89,796	109,257	119,435	113,290	109,358
7 Manitoba	9,411	9,805	13,092	11,727	15,046	16,208	14,697	14,895
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	17,665	19,101	25,064	20,516	25,639	28,490	27,112	26,662
10 British Columbia	18,367	18,918	24,904	20,195	25,468	26,234	28,142	26,883
11 Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	x	x	x
12 CANADA	207,353	203,997	270,051	227,240	285,547	306,449	292,172	286,359

TABLE 8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983			1982 ^F				
	January	February	March	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Calgary	6,466	7,095	8,995	8,171	10,894	11,613	10,654	10,671
2 Edmonton	7,179	7,691	10,431	7,965	10,154	11,373	10,834	10,488
3 Halifax-Dartmouth	3,613	3,664	5,375	x	x	x	x	x
4 Hamilton	3,978	3,778	4,906	4,337	5,146	5,485	5,360	5,026
5 Montreal	27,516	22,887	28,691	24,251	32,174	34,205	30,704	29,780
6 Ottawa-Hull	9,114	8,467	11,352	9,449	13,108	12,711	11,648	10,454
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x	x	x
8 Toronto	22,873	22,137	28,533	24,890	29,560	32,537	31,394	30,032
9 Vancouver	7,583	7,527	9,698	8,326	10,179	10,342	10,857	12,390
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983

1982		Change - Variation						
August	September	October	November	December	March/ February 1983	March 1983/1982	Province	
août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Mars/ février 1983	Mars 1983/1982		N°
Thousands of dollars - milliers de dollars								
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
x	x	x	x	x	+ 54.2	x	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
66,067	60,251	63,898	72,177	123,849	+ 28.6	+ 18.4	Québec	5
12,836	109,154	113,593	141,783	243,188	+ 31.4	+ 16.2	Ontario	6
14,454	13,280	14,947	18,260	28,133	+ 33.5	+ 11.6	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
27,209	25,107	27,977	33,962	50,563	+ 31.2	+ 22.2	Alberta	9
25,135	24,666	26,289	32,654	52,659	+ 31.6	+ 23.3	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
95,295	277,880	296,393	364,914	598,714	+ 32.4	+ 18.8	CANADA	12

TABLEAU 8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

[illegible]

TABLE 9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983

Province	1983			1982 ^r			
	January	February	March	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Mars	Avril	Mai	Juin
	number - nombre						
No.							
1 Newfoundland	14	14	14	14	14	14	14
2 Prince Edward Island	7	7	7	7	7	7	7
3 Nova Scotia	32	32	31	30	30	30	30
4 New Brunswick	25	24	25	26	26	26	26
5 Quebec	164	161	161	164	164	164	164
6 Ontario	301	299	300	295	296	296	297
7 Manitoba	38	38	38	38	38	38	38
8 Saskatchewan	29	29	30	26	27	28	28
9 Alberta	84	84	83	82	82	82	82
10 British Columbia	102	101	101	98	100	100	101
11 Yukon and Northwest Territories	7	6	6	7	7	7	7
12 CANADA	803	795	796	787	791	792	794

TABLE 10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983			1982 ^r			
	January	February	March	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Mars	Avril	Mai	Juin
	number - nombre						
No.							
1 Calgary	27	27	27	27	27	27	27
2 Edmonton	32	32	31	31	31	31	31
3 Halifax-Dartmouth	13	13	13	11	11	11	11
4 Hamilton	24	23	23	24	24	24	24
5 Montreal	80	79	79	80	80	80	80
6 Ottawa-Hull	32	31	32	31	31	31	31
7 Quebec City	19	19	19	17	17	17	17
8 Toronto	88	88	88	88	89	89	89
9 Vancouver	42	41	41	41	41	41	41
10 Winnipeg	30	30	30	30	30	30	30

TABLEAU 9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1982 et 1983

1982 ^r							N ^o
July Juillet	August Août	September Septembre	October Octobre	November Novembre	December Décembre	Province	
Number - nombre							
14	14	14	14	14	14	Terre-Neuve	1
7	7	7	7	7	7	Île-du-Prince-Édouard	2
30	31	32	32	32	32	Nouvelle-Écosse	3
26	25	25	25	25	25	Nouveau-Brunswick	4
54	162	162	163	164	164	Québec	5
96	299	299	300	301	301	Ontario	6
38	38	38	38	38	38	Manitoba	7
28	28	28	29	29	29	Saskatchewan	8
32	83	83	84	84	84	Alberta	9
101	101	101	101	102	102	Colombie-Britannique	10
7	7	7	7	7	7	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
93	795	796	800	803	803	CANADA	12

TABLEAU 10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1982 ^r							N ^o
July Juillet	August Août	September Septembre	October Octobre	November Novembre	December Décembre	Certaines zones métropolitaines	
Number - nombre							
27	27	27	27	27	27	Calgary	1
32	32	32	32	32	32	Edmonton	2
12	13	13	13	13	13	Halifax-Dartmouth	3
24	24	24	24	24	24	Hamilton	4
79	79	79	80	80	80	Montréal	5
32	32	32	32	32	32	Ottawa-Hull	6
17	18	18	18	19	19	Ville de Québec	7
87	87	87	88	88	88	Toronto	8
41	41	41	41	42	42	Vancouver	9
30	30	30	30	30	30	Winnipeg	10

TABLE 11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983

Province	1983			1982 ^r			
	January	February	March	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	number - nombre						
1 Newfoundland	8	8	8	8	8	8	8
2 Prince Edward Island	3	3	3	3	3	3	3
3 Nova Scotia	6	6	5	5	5	5	5
4 New Brunswick	5	4	4	6	6	6	6
5 Quebec	58	55	54	58	58	58	58
6 Ontario	113	111	112	110	111	111	112
7 Manitoba	18	18	18	18	18	18	18
8 Saskatchewan	15	15	15	14	14	15	15
9 Alberta	51	51	50	51	51	51	51
10 British Columbia	60	60	60	59	60	60	60
11 Yukon and Northwest Territories	6	5	5	6	6	6	6
12 CANADA	343	336	334	338	340	341	342

TABLE 12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983			1982 ^r			
	January	February	March	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	number - nombre						
1 Calgary	15	15	15	15	15	15	15
2 Edmonton	19	19	18	19	19	19	19
3 Halifax-Dartmouth	5	5	5	4	4	4	4
4 Hamilton	15	14	14	15	15	15	15
5 Montreal	31	30	29	32	32	32	32
6 Ottawa-Hull	13	12	13	13	13	13	13
7 Quebec City	7	7	7	6	6	6	6
8 Toronto	40	40	40	41	42	42	42
9 Vancouver	26	26	26	26	26	26	26
10 Winnipeg	13	13	13	13	13	13	13

TABLEAU 11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983

1982 ^r							N ^o
July	August	September	October	November	December	Province	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
Number - nombre							
8	8	8	8	8	8	Terre-Neuve	1
3	3	3	3	3	3	Île-du-Prince-Édouard	2
5	5	6	6	6	6	Nouvelle-Écosse	3
6	5	5	5	5	5	Nouveau-Brunswick	4
58	57	58	58	58	58	Québec	5
11	112	112	113	113	113	Ontario	6
18	18	18	18	18	18	Manitoba	7
15	15	15	15	15	15	Saskatchewan	8
51	51	51	51	51	51	Alberta	9
60	60	60	60	60	60	Colombie-Britannique	10
6	6	6	6	6	6	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
41	340	342	343	343	343	CANADA	12

TABLEAU 12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1982 ^r							N ^o
July	August	September	October	November	December	Certaines zones métropolitaines	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
Number - nombre							
5	15	15	15	15	15	Calgary	1
9	19	19	19	19	19	Edmonton	2
4	4	5	5	5	5	Halifax-Dartmouth	3
5	15	15	15	15	15	Hamilton	4
2	31	31	31	31	31	Montréal	5
3	13	13	13	13	13	Ottawa-Hull	6
6	6	7	7	7	7	Ville de Québec	7
1	40	40	40	40	40	Toronto	8
6	26	26	26	26	26	Vancouver	9
3	13	13	13	13	13	Winnipeg	10

TABLE 13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983

Province	1983			1982			
	January	February	March	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	number - nombre						
1 Newfoundland	6	6	6	6	6	6	6
2 Prince Edward Island	4	4	4	4	4	4	4
3 Nova Scotia	26	26	26	25	25	25	25
4 New Brunswick	20	20	21	20	20	20	20
5 Quebec	106	106	107	106	106	106	106
6 Ontario	188	188	188	185	185	185	185
7 Manitoba	20	20	20	20	20	20	20
8 Saskatchewan	14	14	15	12	13	13	13
9 Alberta	33	33	33	31	31	31	31
10 British Columbia	42	41	41	39	40	40	41
11 Yukon and Northwest Territories	1	1	1	1	1	1	1
12 CANADA	460	459	462	449	451	451	452

TABLE 14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983			1982 ^F			
	January	February	March	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	number - nombre						
1 Calgary	12	12	12	12	12	12	12
2 Edmonton	13	13	13	12	12	12	12
3 Halifax-Dartmouth	8	8	8	7	7	7	7
4 Hamilton	9	9	9	9	9	9	9
5 Montreal	49	49	50	48	48	48	48
6 Ottawa-Hull	19	19	19	18	18	18	18
7 Quebec City	12	12	12	11	11	11	11
8 Toronto	48	48	48	47	47	47	47
9 Vancouver	16	15	15	15	15	15	15
10 Winnipeg	17	17	17	17	17	17	17

TABLEAU 13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983

1982							N ^o
July	August	September	October	November	December	Province	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
Number - nombre							
6	6	6	6	6	6	Terre-Neuve	1
4	4	4	4	4	4	Île-du-Prince-Édouard	2
25	26	26	26	26	26	Nouvelle-Écosse	3
20	20	20	20	20	20	Nouveau-Brunswick	4
106	105	104	105	106	106	Québec	5
185	187	187	187	188	188	Ontario	6
20	20	20	20	20	20	Manitoba	7
13	13	13	14	14	14	Saskatchewan	8
31	32	32	33	33	33	Alberta	9
41	41	41	41	42	42	Colombie-Britannique	10
1	1	1	1	1	1	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
52	455	454	457	460	460	CANADA	12

TABLEAU 14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1982							N ^o
July	August	September	October	November	December	Certaines zones métropolitaines	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
Number - nombre							
2	12	12	12	12	12	Calgary	1
2	13	13	13	13	13	Edmonton	2
7	8	8	8	8	8	Halifax-Dartmouth	3
9	9	9	9	9	9	Hamilton	4
8	48	48	49	49	49	Montréal	5
8	19	19	19	19	19	Ottawa-Hull	6
1	11	11	11	12	12	Ville de Québec	7
7	47	47	48	48	48	Toronto	8
4	15	15	15	16	16	Vancouver	9
7	17	17	17	17	17	Winnipeg	10

TABLE 15. Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983
January-March

TABLEAU 15. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983
Janvier-mars

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1983/1982
		1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
		thousands of dollars		per cent
		milliers de dollars		pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	32,573	31,352	- 3.7
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	34,780	36,761	+ 5.7
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sport pour dames et jeunes filles	93,891	108,336	+ 15.4
4	Furs - Fourrures	10,542	9,863	- 6.4
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	50,184	54,333	+ 8.3
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes	32,580	36,278	+ 11.4
7	Lingerie and women's sleeperwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	31,568	35,207	+ 11.5
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	21,772	24,046	+ 10.4
9	Millinery - Chapeaux	3,209	3,258	+ 1.5
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	22,934	25,670	+ 11.9
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	26,679	28,391	+ 6.4
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	44,348	47,510	+ 7.1
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes	75,232	73,785	- 1.9
14	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	68,326	77,988	+ 14.1
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habille- ment pour garçons	21,266	23,935	+ 12.6
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	28,788	32,418	+ 12.6
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	155,158	161,514	+ 4.1
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	105,140	119,000	+ 13.2
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photo- graphiques	26,785	28,107	+ 4.9
20	Piece goods - Tissus à la pièce	12,645	11,763	- 7.0
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison	57,559	66,398	+ 15.4
22	Smallwares and notions - Menus articles	23,145	24,001	+ 3.7
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie	24,347	27,167	+ 11.6
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	30,498	31,863	+ 4.5
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	32,469	34,455	+ 6.1
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	18,678	20,372	+ 9.1
27	Furniture - Meubles	104,548	110,906	+ 6.1
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	94,110	97,638	+ 3.7
29	Television, radio and music - Télévision, radio et musique	80,228	101,130	+ 26.1
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	72,213	82,315	+ 14.0
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	61,908	55,280	- 10.7
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	20,032	23,552	+ 17.6
33	Jewellery - Bijouterie	36,364	36,088	- 0.8
34	Toys and games - Jouets et jeux	24,433	30,790	+ 26.0
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	56,883	52,667	- 7.4
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	54,028	63,547	+ 17.6
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	44,062	38,899	- 11.7
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	56,801	55,359	- 2.5
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation	20,444	26,047	+ 27.4
40	All other departments - Tous autres rayons	61,087	67,119	+ 9.9
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	1,872,237	2,015,108	+ 7.6

TABLE 16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983
January-March

TABLEAU 16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1982 et 1983
Janvier-mars

Province	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^F	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	19,088	21,273	+ 11.4
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	9,920	11,435	+ 15.3
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	42,495	51,072	+ 20.2
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	33,441	38,384	+ 14.8
Québec	323,082	356,914	+ 10.5
Ontario	655,222	703,116	+ 7.3
Manitoba	96,265	104,388	+ 8.4
Saskatchewan	51,178	62,250	+ 21.6
Alberta	292,035	302,269	+ 3.5
British Columbia - Colombie-Britannique	342,762	357,629	+ 4.3
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	6,749	6,379	- 5.5
CANADA	1,872,237	2,015,108	+ 7.6

TABLE 17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983
January-March

TABLEAU 17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines,
1982 et 1983
Janvier-mars

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^F	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	120,812	116,747	- 3.4
Edmonton	128,655	137,439	+ 6.8
Halifax-Dartmouth	23,166	29,591	+ 27.7
Hamilton	49,676	51,923	+ 4.5
Montréal	199,194	215,467	+ 8.2
Ottawa-Hull	74,282	86,247	+ 16.1
Quebec City - Ville de Québec	41,748	48,561	+ 16.3
Toronto	276,693	288,377	+ 4.2
Vancouver	211,535	217,211	+ 2.7
Winnipeg	87,483	94,880	+ 8.5

TABLE 18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983
January-March

TABLEAU 18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983
Janvier-mars

Province	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	x	17,260	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	185,955	201,717	+ 8.5
Ontario	411,692	438,255	+ 6.5
Manitoba	65,967	72,080	+ 9.3
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	236,226	240,439	+ 1.8
British Columbia - Colombie-Britannique	287,025	295,440	+ 2.9
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	x	x
CANADA	1,257,836	1,333,707	+ 6.0

TABLE 19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983
January-March

TABLEAU 19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983
Janvier-mars

Selected metropolitan areas Certaines zones métropolitaines	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	97,854	94,191	- 3.7
Edmonton	107,397	112,138	+ 4.4
Halifax-Dartmouth	x	16,939	x
Hamilton	38,156	39,262	+ 2.9
Montréal	130,101	136,373	+ 4.8
Ottawa-Hull	49,520	57,314	+ 15.7
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	208,524	214,833	+ 3.0
Vancouver	188,168	192,403	+ 2.3
Winnipeg	x	x	x

TABLE 20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983
January-March

TABLERAU 20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983
Janvier-mars

Province	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars milliers de dollars		per cent pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	x	33,812	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	137,127	155,198	+ 13.2
Ontario	243,529	264,861	+ 8.8
Manitoba	30,298	32,308	+ 6.6
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	55,810	61,830	+ 10.8
British Columbia - Colombie-Britannique	55,737	62,189	+ 11.6
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	x	x
CANADA	614,401	681,401	+ 10.9

TABLE 21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983
January-March

TABLERAU 21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines,
1982 et 1983
Janvier-mars

Selected metropolitan areas Certaines zones métropolitaines	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars milliers de dollars		per cent pourcentage
Calgary	22,958	22,556	- 1.8
Edmonton	21,259	25,301	+ 19.0
Halifax-Dartmouth	x	12,652	x
Hamilton	11,519	12,662	+ 9.9
Montréal	69,092	79,094	+ 14.5
Ottawa-Hull	24,762	28,933	+ 16.8
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	68,170	73,543	+ 7.9
Vancouver	23,367	24,808	+ 6.2
Winnipeg	x	x	x

TABLE 22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1981-1983

TABLÉAU 22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1981-1983

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major Traditionnels		Junior Populaires	
	Sales Ventes	Distrib- ution	Sales Ventes	Distrib- ution	Sales Ventes	Distrib- ution
	'000	%	'000	%	'000	%
1981:						
January - Janvier	643,821	100.0	442,269	68.7	201,552	31.3
February - Février	568,767	100.0	381,684	67.1	187,082	32.9
March - Mars	688,718	100.0	471,588	68.5	217,130	31.5
April - Avril	793,595	100.0	521,698	65.7	271,897	34.3
May - Mai	822,881	100.0	532,820	64.8	290,061	35.2
June - Juin	835,934	100.0	548,803	65.7	287,131	34.3
July - Juillet	757,743	100.0	485,895	64.1	271,848	35.9
August - Août	786,492	100.0	499,216	63.5	287,276	36.5
September - Septembre	848,390	100.0	575,366	67.8	273,024	32.2
October - Octobre	892,549	100.0	591,596	66.3	300,954	33.7
November - Novembre	1,036,498	100.0	686,067	66.2	350,430	33.8
December - Décembre	1,542,685	100.0	972,086	63.0	570,598	37.0
Year - Année	10,218,073	100.0	6,709,088	65.7	3,508,983	34.3
1982:						
January - Janvier	600,051	100.0	404,403	67.4	195,648	32.6
February - Février	578,049	100.0	386,536	66.9	191,513	33.1
March - Mars	694,137	100.0	466,897	67.3	227,240	32.7
April - Avril	788,971	100.0	503,423	63.8	285,547	36.2
May - Mai	813,933	100.0	507,484	62.3	306,449	37.7
June - Juin	790,853	100.0	498,681	63.1	292,172	36.9
July - Juillet	763,949	100.0	477,590	62.5	286,359	37.5
August - Août	775,727	100.0	480,433	61.9	295,295	38.1
September - Septembre	861,179	100.0	583,300	67.7	277,880	32.3
October - Octobre	859,187	100.0	562,793	65.5	296,393	34.5
November - Novembre	1,073,558	100.0	708,645	66.0	364,914	34.0
December - Décembre	1,608,478	100.0	1,009,764	62.8	598,714	37.2
Year - Année	10,208,072	100.0	6,589,949	64.6	3,618,124	35.4
1983:						
January - Janvier	623,426	100.0	416,073	66.7	207,353	33.3
February - Février	604,104	100.0	400,107	66.2	203,997	33.8
March - Mars	787,578	100.0	517,527	65.7	270,051	34.3
April - Avril						
May - Mai						
June - Juin						
July - Juillet						
August - Août						
September - Septembre						
October - Octobre						
November - Novembre						
December - Décembre						
Year - Année						

TABLE 23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981-1983
March

TABLEAU 23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1981-1983
Mars

Province and Selected Metropolitan Areas	Distribution			Change 1983/1982
	1981 ^r	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
Province et certaines zones métropolitaines	1981 ^r	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
per cent - pourcentage				
Newfoundland - Terre-Neuve	6.0	5.8	6.2	+ 6.9
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	11.5	12.8	12.3	- 3.9
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	7.0	7.1	8.0	+ 12.7
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	7.4	7.1	7.4	+ 4.2
Québec	6.8	6.6	6.9	+ 4.5
Ontario	9.4	9.1	9.3	+ 2.2
Manitoba	14.0	13.0	13.6	+ 4.6
Saskatchewan	7.5	6.3	7.9	+ 25.4
Alberta	12.7	12.4	13.1	+ 5.6
British Columbia - Colombie-Britannique	14.2	13.3	14.3	+ 7.5
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	12.3	10.6	11.7	+ 10.4
CANADA	9.7	9.3	9.7	+ 4.3
Montréal	8.7	8.2	8.3	+ 1.2
Toronto	10.2	10.1	10.0	- 1.0
Winnipeg	20.2	18.2	18.7	+ 2.7
Vancouver	16.6	15.5	16.5	+ 6.5

TABLE 24. Department Store Monthly Stocks(1), by Department, Canada, 1982 and 1983

		1983			1982 ¹				
Department		January	February	March	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		thousands of dollars							
		milliers de dollars							
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	36,432	39,827	50,212	49,935	61,840	53,898	44,891	50,115
2	Women's and misses' coats and suits	36,868	41,207	41,457	37,368	35,683	31,689	34,224	53,983
3	Women's and misses' sportswear	107,426	114,463	149,791	120,401	146,991	138,978	113,781	122,660
4	Furs	17,836	15,771	16,471	16,264	16,238	16,415	17,862	16,901
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	58,915	64,568	74,045	60,633	81,371	70,203	67,097	84,224
6	Girls' and teenage girls' wear	31,258	37,273	48,282	44,151	54,250	49,293	43,228	56,809
7	Lingerie and women's sleepwear	39,897	39,099	47,104	45,138	53,620	51,044	44,245	45,736
8	Intimate apparel	33,424	29,920	32,831	29,417	34,055	32,200	29,435	30,197
9	Millinery	2,102	1,866	1,419	1,029	1,313	1,313	1,121	1,148
10	Women's and girls' hosiery	26,254	26,790	31,773	24,776	28,282	28,039	26,292	29,407
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	39,618	39,966	46,630	41,926	49,296	44,957	37,247	41,374
12	Women's, misses' and children's footwear	75,549	81,500	102,693	109,801	127,842	115,432	104,449	103,085
13	Men's clothing	111,702	137,579	160,091	153,929	189,270	164,965	151,626	151,850
14	Men's furnishings	119,180	123,058	135,003	128,481	157,290	149,308	132,400	146,322
15	Boys' clothing and furnishings	37,083	39,551	42,311	37,017	43,939	38,178	34,091	51,097
16	Men's and boys' footwear	62,415	58,203	74,673	76,742	89,828	87,793	80,817	77,169
17	Food and kindred products	38,119	40,249	41,106	35,286	35,503	33,300	35,267	33,698
18	Toiletries, cosmetics and drugs	193,004	149,162	169,033	145,709	176,852	170,559	167,845	168,331
19	Photographic equipment and supplies	55,045	49,854	54,360	45,834	62,163	57,466	52,010	53,907
20	Piece goods	23,618	23,824	30,107	31,463	32,954	31,096	30,908	31,669
21	Linens and domestics	108,506	112,560	113,998	109,944	121,337	116,600	107,260	101,475
22	Smallwares and notions	35,739	35,053	35,812	34,146	43,964	43,610	41,994	43,067
23	China and glassware	84,102	88,609	91,736	87,880	89,955	94,179	88,783	91,513
24	Floor coverings	48,316	46,440	50,642	56,303	65,342	61,571	62,687	58,842
25	Draperies, curtains and furniture coverings	61,298	57,776	68,398	66,442	74,897	67,691	63,858	65,090
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	43,617	44,175	53,031	45,534	55,198	51,299	50,743	50,850
27	Furniture	181,679	165,287	189,195	199,429	229,267	212,743	197,862	195,719
28	Major appliances	55,572	57,648	63,180	57,217	65,750	61,288	57,498	60,860
29	Television, radio and music	134,764	131,777	151,558	121,673	144,004	135,628	133,811	128,367
30	Housewares and small electrical appliances	170,418	162,985	159,781	123,398	150,523	142,561	141,505	139,853
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	112,354	108,723	142,575	116,339	150,947	140,610	141,320	139,768
32	Plumbing, heating and building materials	39,957	34,939	39,448	31,745	43,228	34,217	33,621	34,588
33	Jewellery	117,632	110,023	120,944	119,199	133,754	128,671	119,986	118,063
34	Toys and games	75,546	72,948	82,299	69,451	88,257	74,994	69,606	76,221
35	Sporting goods and luggage	107,199	108,929	129,534	120,935	159,655	151,152	133,059	127,180
36	Stationery, books and magazines	90,122	86,102	87,617	78,529	93,563	95,660	94,599	103,232
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	52,060	50,341	50,900	41,654	55,329	51,558	47,589	47,883
38	Meals and lunches	1,275	1,192	1,450	798	798	739	731	688
39	Repairs and services	4,872	4,284	4,865	3,806	5,359	4,403	4,694	4,673
40	All other departments	53,646	53,321	65,753	63,482	83,618	79,714	70,232	68,618
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	2,724,419	2,686,842	3,052,108	2,783,204	3,333,325	3,115,014	2,910,274	3,006,232

¹) At selling value.

TABLEAU 24. Stocks(1) mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1982 ¹					Change - Variation		Rayon	No
August	September	October	November	December	March/ February 1983	March 1983/1982		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Mars/ février 1983	Mars 1983/1982		
thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
42,355	43,320	54,009	50,828	38,810	+ 26.1	+ 0.6	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
56,427	68,743	66,218	52,222	40,267	+ 0.6	+ 10.9	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
117,688	114,010	133,971	138,538	110,563	+ 30.9	+ 24.4	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
18,258	17,588	22,827	20,360	19,452	+ 4.4	+ 1.3	Fourrures	4
70,437	70,942	83,526	72,897	69,554	+ 14.7	+ 22.1	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
47,566	51,960	50,778	52,112	34,263	+ 29.5	+ 9.4	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
46,257	46,325	59,780	64,918	42,026	+ 20.5	+ 4.4	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
29,948	26,105	33,155	32,173	31,988	+ 9.7	+ 11.6	Sous-vêtements	8
1,708	1,918	3,268	3,766	3,533	- 24.0	+ 37.9	Chapeaux	9
30,283	26,946	31,556	31,492	29,650	+ 18.6	+ 28.2	Bas pour dames et fillettes	10
42,880	44,167	56,141	59,220	41,659	+ 16.7	+ 11.2	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
101,987	99,683	109,058	97,074	91,924	+ 26.0	- 6.5	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
183,462	161,644	185,614	179,517	161,113	+ 16.4	+ 4.0	Vêtements pour hommes	13
150,515	159,247	193,533	178,826	119,168	+ 9.7	+ 5.1	Articles d'habillement pour hommes	14
35,990	39,792	49,443	42,803	33,681	+ 7.0	+ 14.3	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
75,912	67,074	77,159	75,798	70,433	+ 28.3	- 2.7	Chaussures pour hommes et garçons	16
28,536	32,626	36,832	44,862	34,859	+ 2.1	+ 16.5	Produits alimentaires et connexes	17
155,235	147,765	194,071	215,162	167,598	+ 13.3	+ 16.0	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
54,853	50,093	67,887	62,550	48,135	+ 9.0	+ 18.6	Appareils et fournitures photographiques	19
28,841	23,364	29,943	25,946	28,235	+ 26.4	- 4.3	Tissus à la pièce	20
89,225	84,968	98,419	113,712	121,738	+ 1.3	+ 3.7	Literie et linge de maison	21
38,478	35,601	37,288	35,301	45,003	+ 2.2	+ 4.9	Menus articles	22
91,111	86,481	91,220	101,865	105,581	+ 3.5	+ 4.4	Porcelaine et verrerie	23
57,868	52,400	54,803	48,227	56,021	+ 9.0	- 10.1	Revêtements de plancher	24
58,951	56,532	65,384	62,606	67,382	+ 18.4	+ 2.9	Tentures, rideaux et housses	25
51,370	48,692	59,624	56,218	45,756	+ 20.0	+ 16.5	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'aménagement pour la maison	26
182,097	170,228	189,974	187,000	223,087	+ 14.5	- 5.1	Meubles	27
60,083	56,445	56,357	58,759	63,148	+ 9.6	+ 10.4	Gros appareils ménagers	28
123,830	114,122	146,700	154,829	152,008	+ 15.0	+ 24.6	Télévision, radio et musique	29
134,753	134,500	147,675	178,026	153,913	- 2.0	+ 29.5	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
138,025	121,437	140,109	127,397	129,807	+ 31.1	+ 22.6	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
33,434	33,790	34,995	39,477	49,311	+ 12.9	+ 24.3	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
114,052	107,112	135,171	150,622	115,806	+ 9.9	+ 1.5	Bijouterie	33
93,490	109,355	143,875	117,303	59,061	+ 12.8	+ 18.5	Jouets et jeux	34
116,642	119,700	158,309	142,524	121,635	+ 18.9	+ 7.1	Articles de sport et valises	35
97,897	90,189	105,329	112,896	83,094	+ 1.8	+ 11.6	Papeterie, livres et revues	36
49,511	50,786	56,012	52,276	62,805	+ 1.1	+ 22.2	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
640	861	817	896	1,008	+ 21.6	+ 81.7	Repas et casse-croûtes	38
4,710	4,794	5,080	5,409	4,925	+ 13.6	+ 27.8	Services et travaux de réparation	39
59,999	61,378	75,695	79,189	61,884	+ 23.3	+ 3.6	Tous autres rayons	40
2,915,304	2,832,683	3,341,605	3,325,596	2,939,884	+ 13.6	+ 9.7	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

(1) Valeur de vente.

TABLE 25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983(1)

		1983			1982 ^r			
Department		January ^r	February ^r	March	March	April	May	June
		Janvier ^r	Février ^r	Mars	Mars	Avril	Mai	Juin
No.		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	41,188	40,919	48,271	47,963	50,092	49,331	51,937
2	Women's and misses' coats and suits	51,920	50,338	49,709	44,671	45,472	46,741	49,567
3	Women's and misses' sportswear	128,912	125,274	146,610	117,814	123,164	122,004	123,168
4	Furs	18,224	17,763	19,730	19,559	18,392	18,457	21,276
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	71,097	74,423	85,443	69,704	72,825	68,912	74,048
6	Girls' and teenage girls' wear	43,119	43,352	51,429	47,046	48,729	46,346	48,145
7	Lingerie and women's sleepwear	49,422	47,001	51,050	48,762	47,826	47,043	49,142
8	Intimate apparel	32,718	31,986	35,155	31,478	33,131	30,297	31,881
9	Millinery	2,347	2,356	2,146	1,540	1,441	1,280	1,521
10	Women's and girls' hosiery	29,350	29,452	32,598	25,392	25,757	25,784	27,951
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	47,052	45,003	48,142	43,394	45,253	43,068	42,262
12	Women's, misses' and children's footwear	92,144	89,992	99,345	106,404	109,511	105,699	106,480
13	Men's clothing	151,274	151,895	171,569	164,806	184,076	161,688	185,422
14	Men's furnishings	143,514	140,972	145,493	138,560	143,744	140,455	147,603
15	Boys' clothing and furnishings	42,754	41,481	47,413	41,520	42,916	40,242	38,811
16	Men's and boys' footwear	75,578	68,576	75,351	77,372	79,738	77,339	84,419
17	Food and kindred products
18	Toiletries, cosmetics and drugs	189,619	174,578	188,758	162,585	167,352	164,912	180,618
19	Photographic equipment and supplies	55,614	56,232	64,286	54,102	58,617	55,342	59,278
20	Piece goods	26,095	24,385	29,715	30,996	30,985	30,351	31,692
21	Linens and domestics	114,704	116,166	116,622	112,385	111,221	104,992	105,212
22	Smallwares and notions	39,803	40,576	39,880	37,947	39,878	38,537	39,299
23	China and glassware	94,850	96,714	96,453	92,463	88,935	90,378	92,125
24	Floor coverings	49,883	48,945	53,504	59,481	63,990	58,671	60,078
25	Draperies, curtains and furniture coverings	60,893	59,884	70,820	68,768	69,698	63,090	66,714
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	49,398	49,264	56,876	48,649	54,610	46,856	50,792
27	Furniture	190,432	174,822	195,753	205,739	204,109	194,562	195,584
28	Major appliances	57,173	56,664	64,136	57,853	61,589	60,387	61,134
29	Television, radio and music	143,176	145,912	158,683	127,032	134,021	131,272	137,411
30	Housewares and small electrical appliances	181,014	184,732	166,456	128,452	138,403	134,057	144,029
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	131,975	124,757	151,450	122,856	134,844	126,438	142,967
32	Plumbing, heating and building materials
33	Jewellery	129,398	118,199	125,370	123,445	123,554	121,412	127,595
34	Toys and games	88,995	89,707	101,179	85,210	90,278	83,582	86,606
35	Sporting goods and luggage	138,968	132,646	140,783	131,081	136,589	130,248	134,721
36	Stationery, books and magazines	100,605	101,051	101,774	91,074	92,630	90,952	97,041
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	56,573	55,477	57,861	47,048	51,881	48,010	51,263
38	Meals and lunches
39	Repairs and services	5,405	5,282	5,942	4,629	5,483	4,292	5,034
40	All other departments	74,267	67,776	63,474	61,034	72,972	68,524	69,746
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,040,777	3,006,135	3,253,500	2,961,465	3,074,283	2,941,072	3,121,629

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1982 et 1983(1)

1982 ¹						Change - Variation		Rayon	N°
July	August	September	October	November	December	March/ February 1983			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Mars/ février 1983			
Thousands of dollars						per cent			
milliers de dollars						pourcentage			
53,390	48,491	49,698	45,887	44,435	43,000	+ 18.0		Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
42,804	42,996	51,326	42,969	43,029	49,588	- 1.2		Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
121,200	119,337	126,199	119,758	121,394	135,994	+ 17.0		Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
18,398	17,628	15,280	17,583	16,928	18,011	+ 11.6		Fourrures	4
68,989	68,120	73,923	69,912	67,729	76,613	+ 14.8		Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
46,050	43,545	52,262	42,814	45,226	46,232	+ 18.6		Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
48,972	48,002	49,779	44,138	47,892	52,978	+ 8.6		Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
30,539	30,340	31,195	30,745	27,016	31,652	+ 9.9		Sous-vêtements	8
1,529	2,027	2,330	2,377	2,239	2,327	- 8.9		Chapeaux	9
28,462	27,123	29,454	29,075	29,227	34,191	+ 10.7		Bas pour dames et fillettes	10
43,236	45,161	48,821	42,232	45,425	49,461	+ 7.0		Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
100,750	98,291	108,197	99,109	97,852	99,145	+ 10.4		Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
159,252	159,716	162,732	145,626	148,826	164,501	+ 13.0		Vêtements pour hommes	13
146,026	147,408	159,732	146,048	147,889	156,835	+ 3.2		Articles d'habillement pour hommes	14
39,503	37,361	40,770	38,205	39,126	41,322	+ 14.3		Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
75,207	74,422	74,445	64,298	71,807	77,083	+ 9.9		Chaussures pour hommes et garçons	16
173,476	174,144	171,757	154,042	164,851	180,981	+ 8.1		Produits alimentaires et connexes	17
54,928	56,700	56,734	51,393	49,077	55,299	+ 14.3		Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
30,698	28,596	25,822	27,296	25,920	28,293	+ 21.9		Appareils et fournitures photographiques	19
103,997	97,468	102,905	94,407	103,756	117,977	+ 0.4		Tissus à la pièce	20
38,793	37,767	39,180	36,014	37,454	44,053	- 1.7		Literie et linge de maison	21
92,335	92,482	93,977	83,876	89,920	94,736	- 0.3		Menus articles	22
56,998	56,263	59,229	52,658	50,595	51,900	+ 9.3		Porcelaine et verrerie	23
64,387	62,068	66,293	61,412	61,418	63,613	+ 18.3		Revêtements de plancher	24
49,607	49,514	52,213	49,029	49,831	54,430	+ 15.5		Tentures, rideaux et housses	25
195,691	191,967	202,524	189,204	187,444	201,135	+ 12.0		Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
62,042	64,883	67,370	54,945	53,734	56,357	+ 14.4		Meubles	27
133,862	131,532	131,297	131,298	131,154	144,869	+ 8.8		Gros appareils ménagers	28
140,222	139,024	146,847	128,739	153,799	172,142	- 9.9		Télévision, radio et musique	29
134,132	129,279	137,286	125,977	118,978	139,860	+ 21.4		Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
123,007	119,454	123,943	115,049	120,860	126,772	+ 6.1		Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
86,473	87,474	88,439	83,479	85,915	103,238	+ 12.8		Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
128,501	123,707	125,853	123,082	126,813	139,118	+ 6.1		Bijouterie	33
95,622	93,379	93,881	85,544	92,777	101,561	+ 0.7		Jouets et jeux	34
49,052	49,583	53,058	46,334	46,212	66,374	+ 4.3		Articles de sport et valises	35
4,316	4,297	4,600	3,968	4,800	5,487	+ 12.5		Papeterie, livres et revues	36
64,271	60,033	64,393	63,120	67,745	82,731	- 6.3		Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
2,957,979	2,927,499	3,083,081	2,804,523	2,915,066	3,156,073	+ 8.2		Repas et casse-croûtes	38
								Services et travaux de réparation	39
								Tous autres rayons	40
								TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 26. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1982 and 1983

No.	Department	1983			1982 [†]			
		January	February	March	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Mars	Avril	Mai	Juin
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	4.55	4.03	3.73	3.63	3.52	2.57	2.52
2	Women's and misses' coats and suits	3.44	3.94	2.66	2.62	2.48	4.36	6.10
3	Women's and misses' sportswear	3.82	3.38	3.23	3.05	3.21	2.71	2.60
4	Furs	3.92	5.04	7.54	5.53	23.99	27.82	29.87
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.53	3.97	3.46	3.12	3.39	3.22	3.36
6	Girls' and teenage girls' wear	3.84	3.63	2.70	2.90	3.21	3.15	3.13
7	Lingerie and women's sleepwear	3.91	3.51	3.40	3.66	3.56	3.15	2.95
8	Intimate apparel	4.58	4.33	3.34	3.47	3.47	3.20	3.01
9	Millinery	1.68	1.84	1.42	1.13	1.12	1.34	1.25
10	Women's and girls' hosiery	3.25	3.63	3.12	2.85	2.76	3.01	3.19
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4.68	4.99	3.91	3.93	3.87	3.59	3.44
12	Women's, misses' and children's footwear	5.74	6.26	4.82	5.66	5.15	4.63	4.76
13	Men's clothing	5.39	6.87	4.85	4.84	5.77	5.15	4.35
14	Men's furnishings	5.29	5.46	4.10	4.85	5.16	4.62	3.19
15	Boys' clothing and furnishings	5.75	6.03	3.87	4.04	3.65	3.56	3.43
16	Men's and boys' footwear	7.04	6.44	5.14	6.60	5.63	5.54	5.34
17	Food and kindred products	0.80	0.69	0.73	0.70	0.59	0.58	0.71
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5.17	3.97	3.83	3.82	4.30	4.23	4.16
19	Photographic equipment and supplies	5.94	5.96	5.19	4.67	5.58	5.19	3.81
20	Piece goods	6.83	6.70	6.33	6.40	6.95	6.80	7.67
21	Linens and domestics	3.83	7.01	5.17	5.95	6.01	5.46	4.32
22	Smallwares and notions	3.96	4.95	4.54	4.62	5.71	6.88	6.47
23	China and glassware	11.17	10.51	8.18	9.22	9.04	8.66	9.33
24	Floor coverings	5.14	4.91	3.89	4.76	5.54	5.42	5.43
25	Draperies, curtains and furniture coverings	5.97	5.61	4.93	4.87	5.02	4.62	4.03
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6.46	8.01	6.55	6.49	8.15	7.18	7.13
27	Furniture	4.76	5.46	4.45	5.58	6.28	5.23	5.02
28	Major appliances	1.65	2.08	1.74	1.82	2.08	1.88	1.62
29	Television, radio and music	3.83	4.69	4.00	4.19	5.13	5.40	4.88
30	Housewares and small electrical appliances	6.69	5.58	5.78	5.11	5.11	4.44	4.57
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	6.34	6.63	6.74	5.66	5.75	3.93	4.60
32	Plumbing, heating and building materials	5.54	4.51	4.59	4.30	4.05	2.66	3.06
33	Jewellery	12.26	9.92	7.85	7.74	7.97	7.12	6.88
34	Toys and games	9.39	7.85	6.12	7.15	6.29	6.35	5.65
35	Sporting goods and luggage	5.93	7.51	6.45	5.76	5.70	4.30	3.67
36	Stationery, books and magazines	4.68	4.45	3.52	4.25	4.66	4.85	4.60
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	4.09	4.54	3.37	2.74	3.05	2.90	2.64
38	Meals and lunches	0.07	0.07	0.07	0.04	0.04	0.04	0.04
39	Repairs and services	0.63	0.52	0.48	0.49	0.69	0.59	0.66
40	All other departments	2.61	2.63	2.50	2.85	2.82	2.11	2.21
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.25	4.35	3.81	3.94	4.18	3.75	3.62

TABEAU 26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1982							Rayon	N°
July	August	September	October	November	December			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
3.24	2.88	2.67	3.54	2.80	1.67	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1	
7.88	3.33	3.90	2.86	2.08	1.82	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2	
2.90	2.69	1.99	3.03	2.68	1.60	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3	
9.70	10.47	6.58	5.52	3.44	3.09	Fourrures	4	
4.10	2.78	2.90	3.34	2.68	1.88	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5	
4.30	2.08	2.84	3.39	2.66	1.29	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6	
2.97	3.54	2.75	3.53	2.59	0.92	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
3.24	3.21	2.45	3.72	3.04	2.22	Sous-vêtements	8	
1.22	1.75	1.21	1.49	1.07	0.78	Chapeaux	9	
4.28	3.70	2.13	2.67	2.41	1.63	Bas pour dames et fillettes	10	
4.37	4.07	2.82	3.62	2.64	1.15	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11	
5.87	4.63	3.49	4.18	3.13	2.98	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12	
6.10	6.56	4.18	5.13	3.55	2.43	Vêtements pour hommes	13	
4.66	4.69	4.00	5.09	3.09	1.08	Articles d'habillement pour hommes	14	
5.73	2.02	3.34	4.28	2.92	1.40	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15	
6.65	5.67	3.91	5.07	3.69	2.90	Chaussures pour hommes et garçons	16	
0.66	0.50	0.66	0.67	0.66	0.43	Produits alimentaires et connexes	17	
4.13	3.84	3.54	4.22	3.81	1.52	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18	
3.93	4.15	3.93	5.60	4.00	1.48	Appareils et fournitures photographiques	19	
8.83	6.50	4.25	5.42	4.67	6.05	Tissus à la pièce	20	
3.82	3.65	3.00	3.84	4.08	2.77	Literie et linge de maison	21	
6.27	5.13	3.36	3.80	3.22	3.57	Menus articles	22	
9.15	9.89	6.96	8.48	6.20	3.02	Porcelaine et verrerie	23	
5.03	5.56	4.53	3.96	3.42	4.81	Revêtements de plancher	24	
4.30	4.48	4.20	4.54	3.84	3.67	Tentures, rideaux et housses	25	
6.66	7.13	5.72	6.69	4.42	2.17	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26	
4.48	5.14	4.44	4.84	4.62	5.30	Meubles	27	
1.47	1.86	1.47	1.39	1.37	1.45	Gros appareils ménagers	28	
4.24	4.03	2.66	3.89	3.05	1.90	Télévision, radio et musique	29	
4.30	4.43	4.21	4.17	4.14	1.93	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30	
5.22	6.02	5.24	5.03	4.94	3.66	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31	
2.94	3.78	3.57	3.45	3.82	4.04	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32	
7.07	7.18	5.01	7.51	5.39	1.76	Bijouterie	33	
5.67	7.67	8.84	6.91	2.64	0.73	Jouets et jeux	34	
4.00	4.91	5.10	7.67	5.14	2.39	Articles de sport et valises	35	
5.18	3.54	3.30	4.71	3.43	1.22	Papeterie, livres et revues	36	
2.60	3.10	3.33	2.87	2.35	2.77	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37	
0.04	0.03	0.04	0.04	0.04	0.03	Repas et casse-croûtes	38	
0.72	0.69	0.65	0.57	0.45	0.37	Services et travaux de réparation	39	
2.46	2.35	2.42	2.79	2.76	1.22	Tous autres rayons	40	
3.83	3.65	3.23	3.81	3.06	1.80	TOTAL, TOUTS RAYONS	41	

TABLE 27. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, Canada, 1982 and 1983

Department	1983			1982 ¹			
	January	February	March	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Mars	Avril	Mai	Juin
No.							
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.21	0.26	0.30	0.28	0.31	0.36	0.36
2 Women's and misses' coats and suits	0.28	0.27	0.38	0.38	0.39	0.22	0.17
3 Women's and misses' sportswear	0.26	0.30	0.35	0.35	0.34	0.36	0.35
4 Furs	0.24	0.19	0.14	0.18	0.04	0.04	0.03
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	0.26	0.26	0.31	0.32	0.34	0.29	0.29
6 Girls' and teenage girls' wear	0.25	0.30	0.42	0.36	0.34	0.30	0.30
7 Lingerie and women's sleepwear	0.25	0.28	0.32	0.29	0.31	0.31	0.31
8 Intimate apparel	0.22	0.22	0.31	0.29	0.31	0.30	0.32
9 Millinery	0.44	0.51	0.61	0.80	1.00	0.74	0.74
10 Women's and girls' hosiery	0.29	0.28	0.35	0.38	0.39	0.33	0.30
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.21	0.20	0.28	0.27	0.28	0.27	0.26
12 Women's, misses' and children's footwear	0.16	0.17	0.23	0.19	0.21	0.20	0.20
13 Men's clothing	0.15	0.16	0.22	0.21	0.19	0.18	0.22
14 Men's furnishings	0.19	0.19	0.26	0.21	0.21	0.21	0.29
15 Boys' clothing and furnishings	0.18	0.17	0.27	0.24	0.30	0.26	0.28
16 Men's and boys' footwear	0.13	0.15	0.22	0.16	0.19	0.18	0.18
17 Food and kindred products	1.30	1.48	1.38	1.49	1.69	1.68	1.45
18 Toiletries, cosmetics and drugs	0.21	0.22	0.28	0.27	0.26	0.23	0.24
19 Photographic equipment and supplies	0.18	0.16	0.20	0.21	0.21	0.19	0.25
20 Piece goods	0.13	0.15	0.18	0.17	0.15	0.14	0.13
21 Linens and domestics	0.25	0.15	0.19	0.17	0.17	0.18	0.22
22 Smallwares and notions	0.22	0.20	0.22	0.22	0.20	0.14	0.15
23 China and glassware	0.08	0.10	0.12	0.11	0.11	0.12	0.10
24 Floor coverings	0.18	0.20	0.27	0.22	0.19	0.18	0.19
25 Draperies, curtains and furniture coverings	0.16	0.17	0.22	0.20	0.21	0.21	0.24
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.15	0.13	0.17	0.16	0.13	0.13	0.14
27 Furniture	0.19	0.17	0.24	0.18	0.17	0.18	0.19
28 Major appliances	0.57	0.49	0.60	0.55	0.51	0.51	0.60
29 Television, radio and music	0.24	0.21	0.27	0.25	0.21	0.18	0.20
30 Housewares and small electrical appliances	0.16	0.18	0.17	0.20	0.21	0.22	0.22
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	0.15	0.15	0.17	0.19	0.20	0.25	0.22
32 Plumbing, heating and building materials	0.16	0.21	0.23	0.23	0.28	0.33	0.32
33 Jewellery	0.08	0.10	0.13	0.13	0.13	0.14	0.14
34 Toys and games	0.12	0.13	0.17	0.14	0.18	0.14	0.17
35 Sporting goods and luggage	0.16	0.13	0.17	0.18	0.20	0.23	0.26
36 Stationery, books and magazines	0.22	0.22	0.29	0.24	0.23	0.21	0.22
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.22	0.22	0.30	0.35	0.37	0.33	0.36
38 Meals and lunches	15.77	13.74	15.43	22.86	24.43	24.88	26.74
39 Repairs and services	1.45	1.79	2.21	2.03	1.70	1.52	1.57
40 All other departments	0.35	0.38	0.44	0.37	0.40	0.46	0.42
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.22	0.22	0.27	0.26	0.26	0.25	0.26

TABLEAU 27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1982 ^r						Rayon	N ^o
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
0.33	0.32	0.38	0.31	0.35	0.52	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-formes pour dames et jeunes filles	1
0.16	0.31	0.28	0.34	0.42	0.48	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.36	0.36	0.49	0.36	0.38	0.55	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
0.10	0.10	0.15	0.20	0.27	0.32	Fourrures	4
0.27	0.33	0.35	0.32	0.35	0.52	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
0.26	0.44	0.37	0.29	0.38	0.62	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.34	0.28	0.36	0.32	0.40	0.86	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.31	0.31	0.38	0.30	0.32	0.45	Sous-vêtements	8
0.83	0.68	0.87	0.85	1.00	1.24	Chapeaux	9
0.25	0.27	0.44	0.40	0.41	0.59	Bas pour dames et fillettes	10
0.24	0.25	0.36	0.31	0.39	0.72	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
0.17	0.21	0.28	0.25	0.30	0.33	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
0.16	0.17	0.22	0.21	0.28	0.39	Vêtements pour hommes	13
0.23	0.22	0.26	0.22	0.31	0.74	Articles d'habillement pour hommes	14
0.21	0.41	0.31	0.26	0.32	0.63	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.15	0.17	0.24	0.21	0.27	0.33	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.47	1.82	1.61	1.58	1.65	2.04	Produits alimentaires et connexes	17
0.24	0.25	0.28	0.27	0.28	0.58	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
0.26	0.24	0.24	0.21	0.24	0.59	Appareils et fournitures photographiques	19
0.11	0.15	0.21	0.21	0.20	0.17	Tissus à la pièce	20
0.25	0.26	0.33	0.28	0.26	0.37	Literie et linge de maison	21
0.16	0.18	0.29	0.27	0.30	0.31	Menus articles	22
0.11	0.10	0.14	0.12	0.17	0.34	Porcelaine et verrerie	23
0.19	0.18	0.21	0.26	0.27	0.22	Revêtements de plancher	24
0.23	0.21	0.23	0.24	0.26	0.28	Tentures, rideaux et housses	25
0.15	0.14	0.17	0.16	0.22	0.41	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.22	0.19	0.22	0.22	0.21	0.21	Meubles	27
0.70	0.53	0.66	0.72	0.74	0.71	Gros appareils ménagers	28
0.23	0.24	0.36	0.29	0.34	0.52	Télévision, radio et musique	29
0.23	0.22	0.24	0.25	0.26	0.48	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
0.19	0.17	0.18	0.21	0.19	0.28	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.35	0.26	0.28	0.29	0.28	0.28	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
0.14	0.14	0.19	0.15	0.20	0.49	Bijouterie	33
0.18	0.14	0.12	0.16	0.34	0.91	Jouets et jeux	34
0.24	0.19	0.20	0.15	0.18	0.39	Articles de sport et valises	35
0.20	0.28	0.29	0.23	0.30	0.70	Papeterie, livres et revues	36
0.39	0.33	0.30	0.37	0.41	0.39	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
27.70	29.56	26.63	23.92	27.95	34.05	Repas et casse-croûtes	38
1.39	1.45	1.56	1.82	2.27	2.59	Services et travaux de réparation	39
0.40	0.40	0.42	0.40	0.37	0.72	Tous autres rayons	40
0.26	0.26	0.30	0.28	0.32	0.51	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

TABLE 28. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Unadjusted, Canada, 1981-1983

TABLEAU 28. Montants à recevoir(1), non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983

Month	1981	1982	1983	Change from previous month	Change 1983/1982
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1983/1982
	thousands of dollars			per cent	
	milliers de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,554,350	1,624,889	1,644,028	- 6.3	+ 1.2
February - Février	1,488,706	1,554,529	1,571,443	- 4.4	+ 1.1
March - Mars	1,476,287	1,537,740	1,544,106	- 1.7	+ 0.4
April - Avril	1,483,717	1,536,243			
May - Mai	1,493,281	1,527,443			
June - Juin	1,501,535	1,505,203			
July - Juillet	1,523,351	1,477,266			
August - Août	1,512,048	1,476,402			
September - Septembre	1,537,138	1,536,070			
October - Octobre	1,550,904	1,554,259			
November - Novembre	1,622,633	1,613,782			
December - Décembre	1,788,145	1,755,331			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 29. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983

TABLEAU 29. Montants à recevoir(1), désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983

Month	1981	1982 ^r	1983	Change from previous month	Change 1983/1982
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1983/1982
	millions of dollars			per cent	
	millions de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,470.0	1,538.5	1,557.5 ^r	+ 1.3 ^r	+ 1.2 ^r
February - Février	1,480.0	1,551.8	1,569.5 ^r	+ 0.8 ^r	+ 1.1
March - Mars	1,499.0	1,563.8	1,570.3	+ 0.1	+ 0.4
April - Avril	1,515.0	1,566.1			
May - Mai	1,537.0	1,567.6			
June - Juin	1,563.0	1,563.0			
July - Juillet	1,615.0	1,560.6			
August - Août	1,595.0	1,554.2			
September - Septembre	1,581.0	1,569.9			
October - Octobre	1,565.0	1,566.3			
November - Novembre	1,570.0	1,563.8			
December - Décembre	1,563.0	1,537.8			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

Department Store Sales and
Stocks, MCD, Seasonal
and Trading Day Factors

Ventes et stocks des grands
magasins MDC et coefficients de
corrections des variations
saisonnnières et des jours
commerciaux

TABLE 30. Department Store Sales, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1983 and 1984

No.	Department	1983						
		MCD	March	April	May	June	July	August
		MDC	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5	86.55	112.71	128.46	111.75	95.95	94.17
2	Women's and misses' coats and suits	6	103.63	98.24	52.50	40.13	47.34	109.64
3	Women's and misses' sportswear	3	88.71	103.10	106.77	96.16	87.46	99.75
4	Furs	12	77.28	27.54	17.16	18.27	53.05	89.69
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	4	86.77	104.34	91.75	87.92	89.11	106.96
6	Girls' and teenage girls' wear	4	93.06	101.28	92.00	87.46	76.86	146.62
7	Lingerie and women's sleepwear	3	73.48	85.64	92.56	89.31	86.77	75.59
8	Intimate apparel	4	95.08	107.88	106.59	110.26	98.61	98.33
9	Millinery	9	58.21	74.25	61.60	58.10	58.96	62.13
10	Women's and girls' hosiery	3	92.99	106.55	95.80	85.56	68.86	81.79
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	3	77.06	89.35	87.79	80.94	66.83	77.09
12	Women's, misses' and children's footwear	5	91.57	111.80	105.24	95.10	74.54	100.79
13	Men's clothing	4	90.66	93.19	87.05	97.47	69.46	84.99
14	Men's furnishings	5	69.84	78.28	79.12	104.10	75.92	74.55
15	Boys' clothing and furnishings	6	80.97	101.56	84.93	83.35	75.31	144.38
16	Men's and boys' footwear	5	83.40	109.56	101.42	103.68	80.38	92.49
17	Food and kindred products	4	91.48	104.61	101.46	89.54	85.73	101.64
18	Toiletries, cosmetics and drugs	2	85.19	91.22	90.45	87.74	86.29	86.92
19	Photographic equipment and supplies	3	73.48	81.43	81.21	102.89	98.90	99.54
20	Piece goods	6	110.86	108.25	99.27	88.90	74.45	95.75
21	Linens and domestics	3	78.56	82.86	88.40	98.02	106.21	98.48
22	Smallwares and notions	4	91.72	91.67	75.80	76.65	82.20	87.03
23	China and glassware	4	77.72	78.25	85.16	85.51	79.31	75.60
24	Floor coverings	5	100.13	99.71	100.23	98.57	98.70	93.85
25	Draperies, curtains and furniture coverings	3	95.87	107.36	102.10	108.16	109.39	97.66
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	83.40	83.90	79.04	83.51	86.27	84.67
27	Furniture	4	96.56	93.56	105.32	104.34	116.43	98.19
28	Major appliances	5	91.07	91.75	97.96	101.44	121.82	97.62
29	Television, radio and music	5	86.59	79.57	72.71	77.45	83.24	89.46
30	Housewares and small electrical appliances	3	73.11	86.74	93.49	91.54	93.18	89.86
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	3	80.03	106.45	120.47	116.46	99.61	90.97
32	Plumbing, heating and building materials	6	85.67	113.37	126.15	118.57	112.24	93.93
33	Jewellery	3	72.35	79.00	85.23	86.99	73.75	76.51
34	Toys and games	4	49.02	68.04	57.34	58.65	63.22	60.77
35	Sporting goods and luggage	3	72.59	101.84	112.29	126.48	107.22	88.33
36	Stationery, books and magazines	4	74.48	79.33	77.63	82.92	74.61	108.76
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5	88.59	102.38	100.00	101.55	99.07	93.28
38	Meals and lunches	3	97.44	95.50	93.92	97.25	94.88	98.62
39	Repairs and services	7	97.29	93.66	95.84	96.26	86.69	90.42
40	All other departments	5	84.68	111.63	130.66	112.70	92.80	90.77
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	2	84.83	94.74	94.43	94.42	88.25	93.81

TABLEAU 30. Ventes des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1983 et 1984

1983				1984		Rayon	N ^o
September	October	November	December	January	February		
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février		
103.69	93.22	108.44	146.31	55.89	66.75	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
127.59	161.04	156.67	160.41	74.54	72.63	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
129.30	100.56	115.24	155.13	58.13	65.76	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
91.91	124.90	205.05	240.36	148.20	119.65	Fourrures	4
110.80	108.77	118.30	162.04	68.06	70.30	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
118.13	97.01	118.14	163.50	49.45	63.35	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
96.09	92.04	138.81	263.75	53.15	61.72	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
105.90	88.00	102.98	143.23	74.33	73.30	Sous-vêtements	8
94.53	133.79	213.41	256.33	73.75	60.47	Chapeaux	9
120.83	110.83	116.17	171.97	79.34	73.72	Bas pour dames et fillettes	10
109.51	104.43	151.50	248.17	56.41	57.97	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
128.12	117.55	126.35	139.84	58.48	57.02	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
111.11	108.55	144.85	196.44	61.75	61.18	Vêtements pour hommes	13
96.83	93.60	148.10	274.61	56.25	55.39	Articles d'habillement pour hommes	14
106.71	98.13	121.85	201.72	51.39	55.73	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
116.65	109.96	121.29	163.93	59.55	62.04	Chaussures pour hommes et garçons	16
90.34	93.43	116.82	142.99	82.56	102.13	Produits alimentaires et connexes	17
99.28	93.43	116.38	226.91	74.01	77.66	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
93.34	88.25	115.86	244.11	66.00	61.37	Appareils et fournitures photographiques	19
118.34	117.37	121.69	99.11	82.20	88.03	Tissus à la pièce	20
111.35	100.42	107.79	166.27	101.77	62.42	Literie et linge de maison	21
121.09	113.73	120.84	149.37	105.60	87.76	Menus articles	22
96.88	83.58	140.34	280.41	61.91	63.67	Porcelaine et verrerie	23
102.84	116.25	121.92	104.83	80.44	85.05	Revêtements de plancher	24
102.98	103.67	114.95	118.46	73.05	70.51	Tentures, rideaux et housses	25
96.06	97.40	142.16	228.55	72.27	67.34	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
103.96	97.46	105.53	105.00	97.47	78.73	Meubles	27
110.50	104.10	103.69	114.78	93.28	75.46	Gros appareils ménagers	28
111.07	101.86	135.22	208.02	86.70	72.90	Télévision, radio et musique	29
93.41	92.67	121.92	227.42	66.39	76.31	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
93.34	106.51	103.42	146.78	70.27	69.63	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
100.27	105.68	104.29	102.59	67.61	72.09	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
99.21	82.42	141.93	311.43	44.19	54.97	Bijouterie	33
60.51	100.56	231.85	385.69	33.59	40.16	Jouets et jeux	34
85.02	79.21	104.56	199.66	69.31	58.09	Articles de sport et valises	35
107.06	86.71	125.50	244.00	71.19	73.55	Papeterie, livres et revues	36
89.84	113.91	130.82	139.27	74.87	70.20	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
97.76	99.00	113.13	148.29	84.54	83.69	Repas et casse-croûtes	38
99.25	106.58	135.62	134.05	85.80	82.25	Services et travaux de réparation	39
87.27	88.88	94.75	172.92	67.36	70.06	Tous autres rayons	40
102.59	99.36	124.34	187.33	70.97	70.57	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 31. Department Store Stocks, MCD and Seasonal Factors, 1983 and 1984

No.	Department	1983						
		MCD	March	April	May	June	July	August
		MDC	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	3	104.02	123.86	109.09	86.45	94.02	87.14
2	Women's and misses' coats and suits	4	83.40	78.52	67.85	68.89	126.29	131.00
3	Women's and misses' sportswear	3	102.17	119.47	113.89	92.21	101.18	98.43
4	Furs	5	83.48	88.85	89.25	84.16	91.41	102.75
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	4	86.66	112.06	101.75	90.51	122.18	103.03
6	Girls' and teenage girls' wear	4	93.88	111.60	106.22	89.59	123.48	109.19
7	Lingerie and women's sleepwear	4	92.27	112.28	108.44	89.96	93.30	95.93
8	Intimate apparel	4	93.39	102.85	106.31	92.37	99.00	98.58
9	Millinery	5	66.12	90.93	102.54	73.16	74.79	83.75
10	Women's and girls' hosiery	4	97.47	110.06	108.79	93.94	103.31	111.55
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	3	96.86	109.06	104.39	88.23	95.93	94.72
12	Women's, misses' and children's footwear	3	103.37	117.16	109.44	98.30	101.92	103.19
13	Men's clothing	4	93.31	102.95	102.16	81.63	95.28	114.62
14	Men's furnishings	3	92.79	109.64	106.14	89.70	100.30	101.98
15	Boys' clothing and furnishings	4	89.24	102.44	94.69	87.68	129.74	96.12
16	Men's and boys' footwear	4	99.10	112.56	113.72	95.90	102.90	101.66
17	Food and kindred products
18	Toiletries, cosmetics and drugs	4	89.55	105.76	103.37	92.78	97.12	89.08
19	Photographic equipment and supplies	4	84.56	106.42	103.74	87.59	98.36	97.06
20	Piece goods	4	101.32	106.30	102.13	97.53	103.51	100.52
21	Linens and domestics	3	97.75	108.86	110.96	101.91	97.66	91.38
22	Smallwares and notions	4	89.80	110.47	113.04	106.82	111.12	101.77
23	China and glassware	3	95.11	101.17	104.10	96.45	99.13	98.33
24	Floor coverings	4	94.65	102.02	105.08	104.45	103.49	102.84
25	Draperies, curtains and furniture coverings	3	96.58	107.54	107.28	95.59	101.26	94.80
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	3	93.24	100.94	109.55	99.87	102.61	103.75
27	Furniture	2	96.65	112.53	109.28	101.02	100.17	94.92
28	Major appliances	4	98.51	106.82	101.18	93.96	98.50	92.84
29	Television, radio and music	3	95.51	107.43	103.18	97.27	96.07	94.06
30	Housewares and small electrical appliances	3	95.99	108.58	106.28	98.17	99.81	96.85
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	3	94.14	112.01	111.50	98.89	104.60	106.93
32	Plumbing, heating and building materials
33	Jewellery	3	96.47	108.44	105.94	93.96	96.08	95.23
34	Toys and games	4	81.34	97.84	89.49	80.52	88.54	106.90
35	Sporting goods and luggage	4	92.01	117.20	115.94	98.93	99.16	94.08
36	Stationery, books and magazines	3	86.09	101.12	105.02	97.52	108.28	104.61
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5	87.97	107.09	107.39	92.81	97.58	99.80
38	Meals and lunches
39	Repairs and services	9	81.88	97.82	102.70	93.09	108.68	109.39
40	All other departments	5	103.59	114.53	116.34	101.01	107.04	99.83
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3	93.81	108.59	105.90	93.11	101.77	99.45

TABLEAU 31. Stocks des grands magasins, MDC et coefficients de corrections des variations saisonnières, 1983 et 1984

1983		1984				Rayon	N°
September	October	November	December	January	February		
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février		
87.38	117.75	114.33	90.31	88.33	97.20	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
133.71	154.55	121.65	81.38	70.93	81.51	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
90.47	112.00	114.03	81.50	83.33	91.24	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
115.17	129.83	120.08	108.23	97.84	89.48	Fourrures	4
95.88	119.67	107.69	91.06	82.76	86.77	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
99.45	118.61	115.37	74.39	72.34	85.70	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
93.00	135.73	135.63	79.52	80.96	83.04	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
83.59	107.82	119.22	101.08	102.23	93.33	Sous-vêtements	8
81.54	136.13	168.47	153.93	90.40	79.62	Chapeaux	9
91.18	108.56	107.86	86.88	89.44	90.96	Bas pour dames et fillettes	10
90.42	133.15	129.75	84.39	84.21	88.79	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
91.86	110.22	99.34	93.06	81.93	90.43	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
99.15	127.72	120.76	98.32	73.64	90.44	Vêtements pour hommes	13
99.69	132.58	120.90	76.04	82.95	87.28	Articles d'habillement pour hommes	14
97.47	129.60	109.21	81.66	86.77	95.28	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
89.69	119.89	105.52	91.79	82.61	84.89	Chaussures pour hommes et garçons	16
...	Produits alimentaires et connexes	17
85.86	126.00	130.31	93.01	101.83	85.44	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
88.38	131.96	127.51	86.73	98.86	88.69	Appareils et fournitures photographiques	19
90.39	109.91	100.28	100.00	90.37	97.64	Tissus à la pièce	20
82.59	104.22	109.69	103.37	94.73	96.75	Literie et linge de maison	21
90.90	103.69	94.03	102.23	89.84	86.43	Menus articles	22
92.15	108.53	112.97	111.82	88.65	91.77	Porcelaine et verrerie	23
88.57	104.19	95.26	107.72	96.70	94.85	Revêtements de plancher	24
85.16	106.65	101.99	106.03	100.78	96.22	Tentures, rideaux et housses	25
93.25	121.86	112.76	84.13	88.28	89.57	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
84.13	100.55	99.68	110.94	95.46	94.25	Meubles	27
84.11	102.88	109.20	112.05	96.79	102.67	Gros appareils ménagers	28
86.99	111.93	118.02	104.96	94.11	90.25	Télévision, radio et musique	29
91.64	114.94	115.80	89.61	94.08	87.98	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
88.28	111.48	106.92	92.79	85.00	86.87	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
...	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
86.27	117.54	124.66	91.45	90.96	93.13	Bijouterie	33
123.19	171.84	136.99	57.40	84.76	81.58	Jouets et jeux	34
94.82	128.64	112.33	87.56	77.23	82.10	Articles de sport et valises	35
96.05	122.92	121.55	82.06	89.61	85.30	Papeterie, livres et revues	36
95.58	121.18	113.39	94.52	91.83	90.72	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
...	Repas et casse-croûtes	38
103.96	128.46	113.06	89.78	89.82	80.78	Services et travaux de réparation	39
95.28	119.48	116.66	75.25	72.36	78.68	Tous autres rayons	40
91.77	119.27	114.09	93.27	89.59	89.30	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

Department Store Sales and
Stocks

Revised Estimates, 1982

Ventes et stocks des grands magasins

Estimations révisées, 1982

TABLE 32. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, Revised, 1982

		1982					
Department		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.		Thousands of dollars					
		milliers de dollars					
		8,246	10,581	13,746	17,544	21,006	17,781
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms						
2	Women's and misses' coats and suits	10,530	10,009	14,241	14,411	7,272	5,606
3	Women's and misses' sportswear	25,242	29,113	39,536	45,783	51,250	43,753
4	Furs	4,203	3,398	2,941	677	590	598
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	15,412	15,319	19,453	23,968	21,779	19,955
		7,444	9,934	15,202	16,877	15,663	13,791
6	Girls' and teenage girls' wear						
7	Lingerie and women's sleepwear	8,965	10,282	12,321	15,061	16,230	14,973
8	Intimate apparel	6,672	6,631	8,469	9,804	10,047	9,783
9	Millinery	1,400	897	912	1,171	977	899
10	Women's and girls' hosiery	7,558	6,693	8,683	10,264	9,312	8,232
		8,167	7,856	10,656	12,745	12,533	10,828
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories						
12	Women's, misses' and children's footwear	12,988	11,970	19,390	24,847	24,920	21,959
13	Men's clothing	22,424	20,983	31,825	32,784	32,032	34,826
14	Men's furnishings	21,358	20,486	26,482	30,477	32,312	41,503
15	Boys' clothing and furnishings	6,031	6,080	9,155	12,045	10,714	9,943
		9,280	7,883	11,625	15,961	15,859	15,138
16	Men's and boys' footwear						
17	Food and kindred products	48,208	56,316	50,634	59,797	57,701	49,615
18	Toiletries, cosmetics and drugs	33,437	33,594	38,109	41,137	40,356	40,376
		9,009	7,957	9,819	11,148	11,072	13,662
19	Photographic equipment and supplies						
20	Piece goods	3,878	3,849	4,918	4,744	4,574	4,032
		24,236	14,834	18,489	20,173	21,348	24,821
21	Linens and domestics						
22	Smallwares and notions	8,676	7,076	7,393	7,703	6,340	6,492
23	China and glassware	7,333	7,485	9,529	9,952	10,871	9,511
24	Floor coverings	9,040	9,635	11,823	11,792	11,359	11,545
25	Draperies, curtains and furniture coverings	9,515	9,314	13,640	14,920	14,650	15,852
		6,081	5,581	7,016	6,769	7,146	7,114
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings						
27	Furniture	37,631	31,187	35,730	36,501	40,673	39,420
28	Major appliances	35,175	27,546	31,389	31,587	32,570	35,561
29	Television, radio and music	27,686	23,483	29,059	28,069	25,112	27,431
30	Housewares and small electrical appliances	22,869	25,215	24,129	29,431	32,109	30,958
		21,100	20,249	20,559	26,241	35,738	30,697
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.						
32	Plumbing, heating and building materials	6,250	6,401	7,381	10,662	12,883	10,981
33	Jewellery	9,672	11,292	15,400	16,773	18,061	17,438
34	Toys and games	6,906	7,820	9,707	14,034	11,815	12,317
35	Sporting goods and luggage	19,818	16,073	20,992	28,020	35,171	36,284
		17,429	18,126	18,473	20,075	19,706	20,582
36	Stationery, books and magazines						
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	16,115	12,751	15,196	18,147	17,781	18,018
38	Meals and lunches	18,316	18,411	20,074	19,498	19,119	19,656
39	Repairs and services	6,392	6,316	7,736	7,771	7,424	7,121
40	All other departments	19,359	19,423	22,305	29,608	37,858	31,801
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	600,051	578,049	694,137	788,971	813,933	790,853

TABLEAU 32. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, révisées, 1982

1982							No
July	August	September	October	November	December	Rayon	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
thousands of dollars							
milliers de dollars							
15,449	14,718	16,227	15,276	18,151	23,253	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
6,852	16,926	17,648	23,113	25,071	22,116	formes pour dames et jeunes filles	
42,244	43,798	57,256	44,244	51,645	69,090	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
1,743	1,743	2,674	4,132	5,917	6,303	filles	
20,556	25,308	24,475	25,038	27,165	37,027	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
						Fourrures	4
						Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
						de chambres d'enfants	
13,197	22,913	18,303	14,990	19,628	26,576	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
15,374	13,058	16,874	16,919	25,027	45,884	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
9,309	9,336	10,658	8,922	10,595	14,406	Sous-vêtements	8
938	978	1,584	2,193	3,504	4,528	Chapeaux	9
6,874	8,178	12,646	11,810	13,049	18,176	Bas pour dames et fillettes	10
9,478	10,543	15,644	15,526	22,465	36,331	Gants, moufles et articles de parure pour	11
17,549	22,023	28,574	26,119	31,052	30,873	dames et fillettes	
24,911	27,987	38,629	36,168	50,614	66,262	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
31,427	32,121	39,796	37,995	57,827	110,234	enfants	
8,912	17,856	11,931	11,555	14,678	24,023	Vêtements pour hommes	13
						Articles d'habillement pour hommes	14
						Vêtements et articles d'habillement pour	15
						garçons	
11,611	13,385	17,166	15,228	20,556	24,274	Chaussures pour hommes et garçons	16
50,750	56,782	49,303	54,758	67,523	81,194	Produits alimentaires et connexes	17
40,738	40,400	41,750	45,954	56,485	110,167	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
						caments	
13,725	13,203	12,750	12,113	15,643	32,585	Appareils et fournitures photographiques	19
3,587	4,435	5,491	5,524	5,561	4,666	Tissus à la pièce	20
26,568	24,417	28,310	25,651	27,882	43,982	Literie et linge de maison	21
6,864	7,498	10,608	9,814	10,960	12,620	Menus articles	22
10,006	9,216	12,425	10,762	16,440	35,009	Porcelaine et verrerie	23
11,687	10,399	11,558	13,841	14,117	11,645	Revêtements de plancher	24
15,151	13,148	13,458	14,406	16,323	18,340	Tentures, rideaux et housses	25
7,634	7,202	8,516	8,908	12,727	21,127	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
43,652	35,421	38,375	39,213	40,459	42,085	d'ameublement pour la maison	
41,539	32,335	38,400	40,446	42,784	43,480	Meubles	27
30,261	30,750	42,890	37,668	50,778	80,007	Gros appareils ménagers	28
32,524	30,419	31,966	35,420	43,025	79,674	Télévision, radio et musique	29
						Articles de ménage et petits appareils élec-	30
						triques	
26,756	22,921	23,160	27,832	25,786	35,503	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
11,770	8,851	9,471	10,139	10,333	12,214	etc.	
16,692	15,875	21,379	17,987	27,977	65,752	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
13,444	12,188	12,368	20,835	44,461	80,677	truction	
31,763	23,750	23,490	20,627	27,706	50,879	Bijouterie	33
						Jouets et jeux	34
						Articles de sport et valises	35
19,923	27,685	27,369	22,381	32,892	68,147	Papeterie, livres et revues	36
18,427	15,974	15,262	19,495	22,207	22,701	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
19,656	19,627	19,986	20,067	23,939	32,413	réparation et fournitures	
6,497	6,789	7,409	8,984	11,908	13,405	Repas et casse-croûtes	38
27,911	25,571	25,400	27,134	28,698	50,850	Services et travaux de réparation	39
						Tous autres rayons	40
763,949	775,727	861,179	859,187	1,073,558	1,608,478	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 33. Total Department Store Monthly Sales, by Province, Revised, 1982

Province	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	thousands of dollars - milliers de dollars					
1 Newfoundland	5,603	5,825	7,660	9,298	10,060	9,668
2 Prince Edward Island	3,135	3,041	3,744	4,285	4,446	4,797
3 Nova Scotia	12,967	13,146	16,382	20,455	20,369	20,303
4 New Brunswick	10,210	10,191	13,040	16,625	17,813	17,440
5 Quebec	106,131	98,422	118,529	145,398	151,875	135,940
6 Ontario	209,112	204,728	241,382	275,261	289,219	277,394
7 Manitoba	28,921	29,484	37,860	43,247	43,038	40,902
8 Saskatchewan	15,630	15,984	19,564	22,876	23,277	22,476
9 Alberta	94,682	89,528	107,825	117,352	118,905	121,211
10 British Columbia	111,571	105,658	125,533	131,572	131,994	137,502
11 Yukon and Northwest Territories	2,087	2,042	2,620	2,602	2,938	3,220
12 CANADA	600,051	578,049	694,137	788,971	813,933	790,853

TABLE 34. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, Revised, 1982

Selected metropolitan areas	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	thousands of dollars - milliers de dollars					
1 Calgary	39,359	36,626	44,827	47,244	47,713	48,110
2 Edmonton	41,843	39,763	47,049	54,107	54,417	54,215
3 Halifax-Dartmouth	7,230	7,259	8,677	11,094	10,412	10,004
4 Hamilton	15,587	15,735	18,354	21,197	21,757	20,499
5 Montreal	65,774	60,976	72,444	88,836	89,527	79,362
6 Ottawa-Hull	23,619	22,154	28,509	33,061	34,977	32,654
7 Quebec City	13,736	12,624	15,388	18,963	21,038	19,196
8 Toronto	88,533	86,952	101,208	111,484	113,817	110,588
9 Vancouver	69,477	64,875	77,183	78,807	80,477	80,841
10 Winnipeg	26,332	26,800	34,351	39,272	38,966	36,918

TABLEAU 33. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, révisées, 1982

July	August	September	October	November	December	Province	Nº
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
thousands of dollars - milliers de dollars							
9,433	10,021	9,903	11,067	13,775	19,875	Terre-Neuve	1
6,030	5,098	5,230	5,087	6,019	9,477	Île-du-Prince-Édouard	2
19,946	21,808	22,345	23,885	32,319	51,652	Nouvelle-Écosse	3
16,853	16,964	17,601	19,217	25,692	36,671	Nouveau-Brunswick	4
134,696	142,459	148,921	154,748	178,929	280,436	Québec	5
268,605	272,438	305,940	302,675	387,576	598,421	Ontario	6
41,294	40,344	46,588	44,257	57,953	80,873	Manitoba	7
22,961	22,792	25,635	25,662	34,468	47,067	Saskatchewan	8
111,068	114,077	125,582	127,275	158,132	218,739	Alberta	9
130,142	126,885	150,477	142,202	175,741	260,278	Colombie-Britannique	10
2,922	2,841	2,958	3,112	2,954	4,990	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
763,949	775,727	861,179	859,187	1,073,558	1,608,478	CANADA	12

TABLEAU 34. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, révisées, 1982

July	August	September	October	November	December	Certaines zones métropolitaines	Nº
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
thousands of dollars - milliers de dollars							
44,318	43,635	49,280	49,690	61,436	84,142	Calgary	1
49,535	52,992	57,361	57,129	70,906	97,287	Edmonton	2
9,595	10,970	12,820	13,419	17,887	27,088	Halifax-Dartmouth	3
19,866	19,183	22,582	22,156	28,415	46,239	Hamilton	4
78,723	83,891	91,718	93,741	108,605	171,021	Montréal	5
31,017	32,122	37,009	37,657	44,801	66,060	Ottawa-Hull	6
18,411	19,805	20,783	21,461	25,300	36,127	Ville de Québec	7
106,484	107,575	126,985	121,498	156,241	242,771	Toronto	8
76,335	74,222	91,441	85,071	105,425	156,081	Vancouver	9
37,372	36,432	42,384	40,028	52,572	72,593	Winnipeg	10

TABLE 35. Major Department Store Monthly Sales, by Province, Revised, 1982

Province	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	thousands of dollars - milliers de dollars					
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	x	x	x	x	x	x
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	61,088	56,009	68,858	81,067	83,139	74,079
6 Ontario	130,523	129,584	151,585	166,003	169,784	164,104
7 Manitoba	20,017	19,818	26,132	28,201	26,829	26,205
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	77,514	71,402	87,310	91,714	90,415	94,099
10 British Columbia	93,499	88,188	105,338	106,103	105,760	109,360
11 Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	x
12 CANADA	404,403	386,536	466,897	503,423	507,484	498,681

TABLE 36. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, Revised, 1982

Selected metropolitan areas	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	thousands of dollars - milliers de dollars					
1 Calgary	32,084	29,114	36,656	36,350	36,100	37,456
2 Edmonton	35,423	32,890	39,084	43,953	43,044	43,381
3 Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x
4 Hamilton	12,065	12,074	14,017	16,051	16,272	15,139
5 Montreal	42,242	39,667	48,192	56,661	55,322	48,659
6 Ottawa-Hull	15,821	14,639	19,060	19,953	22,266	21,006
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x
8 Toronto	66,227	65,978	76,319	81,925	81,281	79,194
9 Vancouver	61,670	57,641	68,857	68,628	70,134	69,984
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 35. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, révisées, 1982

July	August	September	October	November	December	Province	Nº
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
thousands of dollars - milliers de dollars							
x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
x	x	x	x	x	x	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
73,714	76,393	88,670	90,851	106,753	156,587	Québec	5
159,248	159,603	196,786	189,082	245,792	355,233	Ontario	6
26,399	25,890	33,309	29,310	39,694	52,740	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
84,406	86,868	100,475	99,298	124,170	168,176	Alberta	9
103,259	101,750	125,810	115,913	143,087	207,619	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
477,590	480,433	583,300	562,793	708,645	1,009,764	CANADA	12

TABLEAU 36. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, révisées, 1982

July	August	September	October	November	December	Certaines zones métropolitaines	Nº
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
thousands of dollars - milliers de dollars							
33,647	33,935	39,815	39,628	49,768	66,511	Calgary	1
39,048	41,355	46,854	45,456	56,902	76,959	Edmonton	2
x	x	x	x	x	x	Halifax-Dartmouth	3
14,840	13,980	17,581	16,816	21,663	33,694	Hamilton	4
48,943	51,605	60,960	61,287	73,100	108,220	Montréal	5
20,563	19,729	24,714	25,375	29,970	40,989	Ottawa-Hull	6
x	x	x	x	x	x	Ville de Québec	7
76,451	78,270	98,071	90,285	118,572	175,136	Toronto	8
66,095	64,649	81,673	74,675	92,093	134,584	Vancouver	9
x	x	x	x	x	x	Winnipeg	10

TABLE 37. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, Revised, 1982

TABLE 37: Junior Department

Province	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	thousands of dollars - milliers de dollars					
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	x	x	x	x	x	x
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	45,043	42,413	49,671	64,330	68,736	61,861
6 Ontario	78,589	75,144	89,796	109,257	119,435	113,290
7 Manitoba	8,905	9,666	11,727	15,046	16,208	14,697
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	17,168	18,126	20,516	25,639	28,490	27,112
10 British Columbia	18,072	17,470	20,195	25,468	26,234	28,142
11 Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	x
12 CANADA	195,648	191,513	227,240	285,547	306,449	292,172

TABLE 38. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, Revised, 1982

No.	Selected metropolitan areas	January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
thousands of dollars - milliers de dollars							
1	Calgary	7,274	7,513	8,171	10,894	11,613	10,654
2	Edmonton	6,420	6,874	7,965	10,154	11,373	10,834
3	Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x
4	Hamilton	3,521	3,661	4,337	5,146	5,485	5,360
5	Montreal	23,532	21,309	24,251	32,174	34,205	30,704
6	Ottawa-Hull	7,798	7,515	9,449	13,108	12,711	11,648
7	Quebec City	x	x	x	x	x	x
8	Toronto	22,306	20,974	24,890	29,560	32,537	31,394
9	Vancouver	7,807	7,234	8,326	10,179	10,342	10,857
10	Winnipeg	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 37. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, révisées, 1982

July	August	September	October	November	December	Province	Nº
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
thousands of dollars - milliers de dollars							
x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
x	x	x	x	x	x	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
60,981	66,067	60,251	63,898	72,177	123,849	Québec	5
109,358	112,836	109,154	113,593	141,783	243,188	Ontario	6
14,895	14,454	13,280	14,947	18,260	28,133	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
26,662	27,209	25,107	27,977	33,962	50,563	Alberta	9
26,883	25,135	24,666	26,289	32,654	52,659	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
286,359	295,295	277,880	296,393	364,914	598,714	CANADA	12

TABLEAU 38. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, révisées, 1982

July	August	September	October	November	December	Certaines zones métropolitaines	Nº
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
thousands of dollars - milliers de dollars							
10,671	9,700	9,465	10,062	11,668	17,631	Calgary	1
10,488	11,637	10,507	11,674	14,003	20,328	Edmonton	2
x	x	x	x	x	x	Halifax-Dartmouth	3
5,026	5,204	5,001	5,341	6,752	12,545	Hamilton	4
29,780	32,286	30,758	32,454	35,505	62,800	Montréal	5
10,454	12,393	12,295	12,282	14,831	25,070	Ottawa-Hull	6
x	x	x	x	x	x	Ville de Québec	7
30,032	29,305	28,914	31,213	37,669	67,635	Toronto	8
12,390	9,573	9,768	10,395	13,322	21,496	Vancouver	9
x	x	x	x	x	x	Winnipeg	10

TABLE 39. Number of All Department Store Locations, by Province, Revised, 1982

Province	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	number - nombre					
1 Newfoundland	15	14	14	14	14	14
2 Prince Edward Island	7	7	7	7	7	7
3 Nova Scotia	30	30	30	30	30	30
4 New Brunswick	27	26	26	26	26	26
5 Quebec	163	163	164	164	164	164
6 Ontario	293	293	295	296	296	297
7 Manitoba	37	37	38	38	38	38
8 Saskatchewan	26	26	26	27	28	28
9 Alberta	82	82	82	82	82	82
10 British Columbia	99	98	98	100	100	101
11 Yukon and Northwest Territories	7	7	7	7	7	7
12 CANADA	786	783	787	791	792	794

TABLE 40. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, Revised, 1982

Selected metropolitan areas	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	number - nombre					
1 Calgary	27	27	27	27	27	27
2 Edmonton	31	31	31	31	31	31
3 Halifax-Dartmouth	11	11	11	11	11	11
4 Hamilton	24	24	24	24	24	24
5 Montreal	80	80	80	80	80	80
6 Ottawa-Hull	31	31	31	31	31	31
7 Quebec City	17	17	17	17	17	17
8 Toronto	86	86	88	89	89	89
9 Vancouver	42	41	41	41	41	41
10 Winnipeg	29	29	30	30	30	30

TABLEAU 39. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, révisées, 1982

July	August	September	October	November	December	Province	Nº
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
14	14	14	14	14	14	Terre-Neuve	1
7	7	7	7	7	7	Île-du-Prince-Édouard	2
30	31	32	32	32	32	Nouvelle-Écosse	3
26	25	25	25	25	25	Nouveau-Brunswick	4
164	162	162	163	164	164	Québec	5
296	299	299	300	301	301	Ontario	6
38	38	38	38	38	38	Manitoba	7
28	28	28	29	29	29	Saskatchewan	8
82	83	83	84	84	84	Alberta	9
101	101	101	101	102	102	Colombie-Britannique	10
7	7	7	7	7	7	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
793	795	796	800	803	803	CANADA	12

TABLEAU 40. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, révisées, 1982

July	August	September	October	November	December	Certaines zones métropolitaines	Nº
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
27	27	27	27	27	27	Calgary	1
31	32	32	32	32	32	Edmonton	2
11	12	13	13	13	13	Halifax-Dartmouth	3
24	24	24	24	24	24	Hamilton	4
80	79	79	80	80	80	Montréal	5
31	32	32	32	32	32	Ottawa-Hull	6
17	17	18	18	19	19	Ville de Québec	7
88	87	87	88	88	88	Toronto	8
40	41	41	41	42	42	Vancouver	9
30	30	30	30	30	30	Winnipeg	10

TABLE 41. Number of Major Department Store Locations, by Province, Revised, 1982

Province	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	number - nombre					
1 Newfoundland	9	8	8	8	8	8
2 Prince Edward Island	3	3	3	3	3	3
3 Nova Scotia	5	5	5	5	5	5
4 New Brunswick	6	6	6	6	6	6
5 Quebec	58	58	58	58	58	58
6 Ontario	109	109	110	111	111	112
7 Manitoba	18	18	18	18	18	18
8 Saskatchewan	14	14	14	14	15	15
9 Alberta	51	51	51	51	51	51
10 British Columbia	59	59	59	60	60	60
11 Yukon and Northwest Territories	6	6	6	6	6	6
12 CANADA	338	337	338	340	341	342

TABLE 42. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, Revised, 1982

Selected metropolitan areas	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	number - nombre					
1 Calgary	15	15	15	15	15	15
2 Edmonton	19	19	19	19	19	19
3 Halifax-Dartmouth	4	4	4	4	4	4
4 Hamilton	15	15	15	15	15	15
5 Montreal	32	32	32	32	32	32
6 Ottawa-Hull	13	13	13	13	13	13
7 Quebec City	6	6	6	6	6	6
8 Toronto	40	40	41	42	42	42
9 Vancouver	26	26	26	26	26	26
10 Winnipeg	13	13	13	13	13	13

TABLEAU 41. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, révisées, 1982

July	August	September	October	November	December	Province	Nº
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
8	8	8	8	8	8	Terre-Neuve	1
3	3	3	3	3	3	Île-du-Prince-Édouard	2
5	5	6	6	6	6	Nouvelle-Écosse	3
6	5	5	5	5	5	Nouveau-Brunswick	4
58	57	58	58	58	58	Québec	5
111	112	112	113	113	113	Ontario	6
18	18	18	18	18	18	Manitoba	7
15	15	15	15	15	15	Saskatchewan	8
51	51	51	51	51	51	Alberta	9
60	60	60	60	60	60	Colombie-Britannique	10
6	6	6	6	6	6	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
341	340	342	343	343	343	CANADA	12

TABLEAU 42. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, révisées, 1982

July	August	September	October	November	December	Certaines zones métropolitaines	Nº
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
15	15	15	15	15	15	Calgary	1
19	19	19	19	19	19	Edmonton	2
4	4	5	5	5	5	Halifax-Dartmouth	3
5	15	15	15	15	15	Hamilton	4
2	31	31	31	31	31	Montréal	5
3	13	13	13	13	13	Ottawa-Hull	6
6	6	7	7	7	7	Ville de Québec	7
1	40	40	40	40	40	Toronto	8
6	26	26	26	26	26	Vancouver	9
3	13	13	13	13	13	Winnipeg	10

TABLE 43. Number of Junior Department Store Locations, by Province, Revised, 1982

Province	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	number - nombre					
1 Newfoundland	6	6	6	6	6	6
2 Prince Edward Island	4	4	4	4	4	4
3 Nova Scotia	25	25	25	25	25	25
4 New Brunswick	21	20	20	20	20	20
5 Quebec	105	105	106	106	106	106
6 Ontario	184	184	185	185	185	185
7 Manitoba	19	19	20	20	20	20
8 Saskatchewan	12	12	12	13	13	13
9 Alberta	31	31	31	31	31	31
10 British Columbia	40	39	39	40	40	41
11 Yukon and Northwest Territories	1	1	1	1	1	1
12 CANADA	448	446	449	451	451	452

TABLE 44. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, Revised, 1982

Selected metropolitan areas	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	number - nombre					
1 Calgary	12	12	12	12	12	12
2 Edmonton	12	12	12	12	12	12
3 Halifax-Dartmouth	7	7	7	7	7	7
4 Hamilton	9	9	9	9	9	9
5 Montreal	48	48	48	48	48	48
6 Ottawa-Hull	18	18	18	18	18	18
7 Quebec City	11	11	11	11	11	11
8 Toronto	46	46	47	47	47	47
9 Vancouver	16	15	15	15	15	15
10 Winnipeg	16	16	17	17	17	17

TABLEAU 43. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, révisées, 1982

July	August	September	October	November	December	Province	Nº
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
6	6	6	6	6	6	Terre-Neuve	1
4	4	4	4	4	4	Île-du-Prince-Édouard	2
25	26	26	26	26	26	Nouvelle-Écosse	3
20	20	20	20	20	20	Nouveau-Brunswick	4
106	105	104	105	106	106	Québec	5
185	187	187	187	188	188	Ontario	6
20	20	20	20	20	20	Manitoba	7
13	13	13	14	14	14	Saskatchewan	8
31	32	32	33	33	33	Alberta	9
41	41	41	41	42	42	Colombie-Britannique	10
1	1	1	1	1	1	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
452	455	454	457	460	460	CANADA	12

TABLEAU 44. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, révisées, 1982

July	August	September	October	November	December	Certaines zones métropolitaines	Nº
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
12	12	12	12	12	12	Calgary	1
12	13	13	13	13	13	Edmonton	2
7	8	8	8	8	8	Halifax-Dartmouth	3
9	9	9	9	9	9	Hamilton	4
48	48	48	49	49	49	Montréal	5
18	19	19	19	19	19	Ottawa-Hull	6
11	11	11	11	12	12	Ville de Québec	7
47	47	47	48	48	48	Toronto	8
14	15	15	15	16	16	Vancouver	9
17	17	17	17	17	17	Winnipeg	10

TABLE 45. Department Store Monthly Stocks(1), by Department, Canada, Revised, 1982

		1982					
Department		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.		thousands of dollars					
		milliers de dollars					
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	45,905	46,613	49,935	61,840	53,898	44,891
2	Women's and misses' coats and suits	28,553	37,067	37,368	35,683	31,689	34,224
3	Women's and misses' sportswear	99,150	104,346	120,401	146,991	138,978	113,781
4	Furs	18,379	17,181	16,264	16,238	16,415	17,862
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	61,684	60,147	60,633	81,371	70,203	67,097
6	Girls' and teenage girls' wear	35,131	39,151	44,151	54,250	49,293	43,228
7	Lingerie and women's sleepwear	40,087	40,677	45,138	53,620	51,044	44,245
8	Intimate apparel	32,303	28,418	29,417	34,055	32,200	29,435
9	Millinery	1,719	1,257	1,029	1,313	1,313	1,121
10	Women's and girls' hosiery	21,140	21,493	24,776	28,282	28,039	26,292
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	35,045	38,180	41,926	49,296	44,957	37,247
12	Women's, misses' and children's footwear	87,407	94,300	109,801	127,842	115,432	104,449
13	Men's clothing	121,175	145,061	153,929	189,270	164,965	151,626
14	Men's furnishings	115,619	119,881	128,481	157,290	149,308	132,400
15	Boys' clothing and furnishings	35,259	37,950	37,017	43,939	38,178	34,091
16	Men's and boys' footwear	67,789	68,684	76,742	89,828	87,793	80,817
17	Food and kindred products	38,817	52,806	35,286	35,503	33,300	35,267
18	Toiletries, cosmetics and drugs	168,920	136,275	145,709	176,852	170,559	167,845
19	Photographic equipment and supplies	53,911	47,467	45,834	62,163	57,466	52,010
20	Piece goods	26,650	27,488	31,463	32,954	31,096	30,908
21	Linens and domestics	108,482	106,255	109,944	121,337	116,600	107,260
22	Smallwares and notions	35,660	32,985	34,146	43,964	43,610	41,994
23	China and glassware	79,884	84,376	87,880	89,955	94,179	88,783
24	Floor coverings	59,663	53,589	56,303	65,342	61,571	62,687
25	Draperies, curtains and furniture coverings	74,147	67,223	66,442	74,897	67,691	63,858
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	44,979	43,584	45,534	55,198	51,299	50,743
27	Furniture	205,183	197,723	199,429	229,267	212,743	197,862
28	Major appliances	63,920	57,740	57,217	65,750	61,288	57,498
29	Television, radio and music	118,809	113,331	121,673	144,004	135,628	133,811
30	Housewares and small electrical appliances	128,774	117,075	123,398	150,523	142,561	141,505
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	109,363	96,481	116,339	150,947	140,610	141,320
32	Plumbing, heating and building materials	33,119	31,246	31,745	43,228	34,217	33,621
33	Jewellery	117,169	113,174	119,199	133,754	128,671	119,986
34	Toys and games	73,373	67,601	69,451	88,257	74,994	69,606
35	Sporting goods and luggage	105,921	109,076	120,935	159,655	151,152	133,059
36	Stationery, books and magazines	85,895	77,292	78,529	93,563	95,660	94,599
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	45,709	44,762	41,654	55,329	51,558	47,589
38	Meals and lunches	1,485	958	798	798	739	731
39	Repairs and services	4,340	3,822	3,806	5,359	4,403	4,694
40	All other departments	57,877	57,730	63,482	83,618	79,714	70,232
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	2,688,395	2,620,465	2,783,204	3,333,325	3,115,014	2,910,274

(1) At selling value.

TABLEAU 45. Stocks(1) mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, révisées, 1982

1982						Rayon	N°
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
Thousands of dollars							
milliers de dollars							
50,115	42,355	43,320	54,009	50,828	38,810	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
53,983	56,427	68,743	66,218	52,222	40,267	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
122,660	117,688	114,010	133,971	138,538	110,563	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
16,901	18,258	17,588	22,827	20,360	19,452	Fourrures	4
84,224	70,437	70,942	83,526	72,897	69,554	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
56,809	47,566	51,960	50,778	52,112	34,263	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
45,736	46,257	46,325	59,780	64,918	42,026	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
30,197	29,948	26,105	33,155	32,173	31,988	Sous-vêtements	8
1,148	1,708	1,918	3,268	3,766	3,533	Chapeaux	9
29,407	30,283	26,946	31,556	31,492	29,650	Bas pour dames et fillettes	10
41,374	42,880	44,167	56,141	59,220	41,659	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
103,085	101,987	99,683	109,058	97,074	91,924	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
151,850	183,462	161,644	185,614	179,517	161,113	Vêtements pour hommes	13
146,322	150,515	159,247	193,533	178,826	119,168	Articles d'habillement pour hommes	14
51,097	35,990	39,792	49,443	42,803	33,681	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
77,169	75,912	67,074	77,159	75,798	70,433	Chaussures pour hommes et garçons	16
33,698	28,536	32,626	36,832	44,862	34,859	Produits alimentaires et connexes	17
168,331	155,235	147,765	194,071	215,162	167,598	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
53,907	54,853	50,093	67,887	62,550	48,135	Appareils et fournitures photographiques	19
31,669	28,841	23,364	29,943	25,946	28,235	Tissus à la pièce	20
101,475	89,225	84,968	98,419	113,712	121,738	Literie et linge de maison	21
43,067	38,478	35,601	37,288	35,301	45,003	Menus articles	22
91,513	91,111	86,481	91,220	101,865	105,581	Porcelaine et verrerie	23
58,842	57,868	52,400	54,803	48,227	56,021	Revêtements de plancher	24
65,090	58,951	56,532	65,384	62,606	67,382	Tentures, rideaux et housses	25
50,850	51,370	48,692	59,624	56,218	45,756	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
195,719	182,097	170,228	189,974	187,000	223,087	Meubles	27
60,860	60,083	56,445	56,357	58,759	63,148	Gros appareils ménagers	28
128,367	123,830	114,122	146,700	154,829	152,008	Télévision, radio et musique	29
139,853	134,753	134,500	147,675	178,026	153,913	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
139,768	138,025	121,437	140,109	127,397	129,807	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
34,588	33,434	33,790	34,995	39,477	49,311	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
118,063	114,052	107,112	135,171	150,622	115,806	Bijouterie	33
76,221	93,490	109,355	143,875	117,303	59,061	Jouets et jeux	34
127,180	116,642	119,700	158,309	142,524	121,635	Articles de sport et valises	35
103,232	97,897	90,189	105,329	112,896	83,094	Papeterie, livres et revues	36
47,883	49,511	50,786	56,012	52,276	62,805	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
688	640	861	817	896	1,008	Repas et casse-croûtes	38
4,673	4,710	4,794	5,080	5,409	4,925	Services et travaux de réparation	39
68,618	59,999	61,378	75,695	79,189	61,884	Tous autres rayons	40
3,006,232	2,915,304	2,832,683	3,341,605	3,325,596	2,939,884	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

(1) Valeur de vente.

TABLE 46. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, Revised, 1982

No.	Department	1982					
		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5.57	4.41	5.15	5.22	2.57	2.52
2	Women's and misses' coats and suits	2.71	3.70	2.62	2.48	4.36	6.10
3	Women's and misses' sportswear	3.93	3.58	3.35	3.21	2.71	2.60
4	Furs	4.37	5.06	5.53	25.99	27.82	29.87
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	4.00	3.93	3.12	3.39	3.22	3.36
6	Girls' and teenage girls' wear	4.72	3.94	2.90	3.21	3.15	3.13
7	Lingerie and women's sleepwear	4.47	3.96	3.66	3.56	3.15	2.95
8	Intimate apparel	4.84	4.29	3.47	3.47	3.20	3.01
9	Millinery	1.23	1.40	1.13	1.12	1.34	1.25
10	Women's and girls' hosiery	2.80	3.21	2.85	2.76	3.01	3.19
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4.29	4.86	3.93	3.87	3.59	3.44
12	Women's, misses' and children's footwear	6.73	7.88	5.66	5.15	4.63	4.76
13	Men's clothing	5.40	6.91	4.84	5.77	5.15	4.35
14	Men's furnishings	5.41	5.85	4.85	5.16	4.62	3.19
15	Boys' clothing and furnishings	5.85	6.24	4.04	3.65	3.56	3.43
16	Men's and boys' footwear	7.30	8.71	6.60	5.63	5.54	5.34
17	Food and kindred products	0.81	0.58	0.70	0.59	0.58	0.71
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5.05	4.06	3.82	4.30	4.23	4.16
19	Photographic equipment and supplies	5.98	5.97	4.67	5.58	5.19	3.81
20	Piece goods	6.87	7.14	6.40	6.95	6.80	7.67
21	Linens and domestics	4.48	7.16	5.95	6.01	5.46	4.32
22	Smallwares and notions	4.11	4.66	4.62	5.71	6.88	6.47
23	China and glassware	10.89	11.27	9.22	9.04	8.66	9.33
24	Floor coverings	6.60	5.56	4.76	5.54	5.42	5.43
25	Draperies, curtains and furniture coverings	7.79	7.22	4.87	5.02	4.62	4.03
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	7.40	7.81	6.49	8.15	7.18	7.13
27	Furniture	5.45	6.34	5.58	6.28	5.23	5.02
28	Major appliances	1.82	2.10	1.82	2.08	1.88	1.62
29	Television, radio and music	4.29	4.83	4.19	5.13	5.40	4.88
30	Housewares and small electrical appliances	5.63	4.64	5.11	5.11	4.44	4.57
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	5.18	4.76	5.66	5.75	3.93	4.60
32	Plumbing, heating and building materials	5.30	4.88	4.30	4.05	2.66	3.06
33	Jewellery	12.11	10.02	7.74	7.97	7.12	6.88
34	Toys and games	10.62	8.64	7.15	6.29	6.35	5.65
35	Sporting goods and luggage	5.34	6.79	5.76	5.70	4.30	3.67
36	Stationery, books and magazines	4.93	4.26	4.25	4.66	4.85	4.60
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	2.84	3.51	2.74	3.05	2.90	2.64
38	Meals and lunches	0.08	0.05	0.04	0.04	0.04	0.04
39	Repairs and services	0.68	0.61	0.49	0.69	0.59	0.66
40	All other departments	2.99	2.97	2.85	2.82	2.11	2.21
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.37	4.43	3.94	4.18	3.75	3.62

TABLEAU 46. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, révisées, 1982

1982							Rayon	N°
July	August	September	October	November	December			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
5.24	2.88	2.67	3.54	2.80	1.67	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1	
7.88	3.33	3.90	2.86	2.08	1.82	formes pour dames et jeunes filles		
2.90	2.69	1.99	3.03	2.68	1.60	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2	
9.70	10.47	6.58	5.52	3.44	3.09	filles		
4.10	2.78	2.90	3.34	2.68	1.88	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3	
						Fourrures	4	
						Vêtements pour bébés et enfants et articles	5	
						de chambres d'enfants		
4.30	2.08	2.84	3.39	2.66	1.29	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6	
2.97	3.54	2.75	3.53	2.59	0.92	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
3.24	3.21	2.45	3.72	3.04	2.22	Sous-vêtements	8	
1.22	1.75	1.21	1.49	1.07	0.78	Chapeaux	9	
4.28	3.70	2.13	2.67	2.41	1.63	Bas pour dames et fillettes	10	
4.37	4.07	2.82	3.62	2.64	1.15	Gants, moufles et articles de parure pour	11	
5.87	4.63	3.49	4.18	3.13	2.98	dames et fillettes		
6.10	6.56	4.18	5.13	3.55	2.43	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12	
4.66	4.69	4.00	5.09	3.09	1.08	enfants		
5.73	2.02	3.34	4.28	2.92	1.40	Vêtements pour hommes	13	
						Articles d'habillement pour hommes	14	
						Vêtements et articles d'habillement pour	15	
						garçons		
6.65	5.67	3.91	5.07	3.69	2.90	Chaussures pour hommes et garçons	16	
0.66	0.50	0.66	0.67	0.66	0.43	Produits alimentaires et connexes	17	
4.13	3.84	3.54	4.22	3.81	1.52	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18	
3.93	4.15	3.93	5.60	4.00	1.48	caments		
8.83	6.50	4.25	5.42	4.67	6.05	Appareils et fournitures photographiques	19	
						Tissus à la pièce	20	
3.82	3.65	3.00	3.84	4.08	2.77	Literie et linge de maison	21	
6.27	5.13	3.36	3.80	3.22	3.57	Menus articles	22	
9.15	9.89	6.96	8.48	6.20	3.02	Porcelaine et verrerie	23	
5.03	5.56	4.53	3.96	3.42	4.81	Revêtements de plancher	24	
4.30	4.48	4.20	4.54	3.84	3.67	Tentures, rideaux et housses	25	
6.66	7.13	5.72	6.69	4.42	2.17	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26	
4.48	5.14	4.44	4.84	4.62	5.30	d'ameublement pour la maison		
1.47	1.86	1.47	1.39	1.37	1.45	Meubles	27	
4.24	4.03	2.66	3.89	3.05	1.90	Gros appareils ménagers	28	
4.30	4.43	4.21	4.17	4.14	1.93	Télévision, radio et musique	29	
						Articles de ménage et petits appareils élec-	30	
						triques		
5.22	6.02	5.24	5.03	4.94	3.66	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31	
2.94	3.78	3.57	3.45	3.82	4.04	etc.		
7.07	7.18	5.01	7.51	5.38	1.76	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32	
5.67	7.67	8.84	6.91	2.64	0.73	truction		
4.00	4.91	5.10	7.67	5.14	2.39	Bijouterie	33	
						Jouets et jeux	34	
						Articles de sport et valises	35	
5.18	3.54	3.30	4.71	3.43	1.22	Papeterie, livres et revues	36	
2.60	3.10	3.33	2.87	2.35	2.77	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37	
0.04	0.03	0.04	0.04	0.04	0.03	réparation et fournitures		
0.72	0.69	0.65	0.57	0.45	0.37	Repas et casse-croûtes	38	
2.46	2.35	2.42	2.79	2.76	1.22	Services et travaux de réparation	39	
						Tous autres rayons	40	
3.83	3.65	3.23	3.81	3.06	1.80	TOTAL, TOUS RAYONS	41	

TABLE 47. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, Canada, Revised, 1982

No.	Department	1982					
		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.18	0.23	0.28	0.31	0.36	0.36
2	Women's and misses' coats and suits	0.33	0.31	0.38	0.39	0.22	0.17
3	Women's and misses' sportswear	0.26	0.29	0.35	0.34	0.36	0.35
4	Furs	0.21	0.19	0.18	0.04	0.04	0.03
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	0.24	0.25	0.32	0.34	0.29	0.29
6	Girls' and teenage girls' wear	0.21	0.27	0.36	0.34	0.30	0.30
7	Lingerie and women's sleepwear	0.22	0.25	0.29	0.31	0.31	0.31
8	Intimate apparel	0.21	0.22	0.29	0.31	0.30	0.32
9	Millinery	0.59	0.60	0.80	1.00	0.74	0.74
10	Women's and girls' hosiery	0.36	0.31	0.38	0.39	0.33	0.30
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.23	0.21	0.27	0.28	0.27	0.26
12	Women's, misses' and children's footwear	0.14	0.13	0.19	0.21	0.20	0.20
13	Men's clothing	0.16	0.16	0.21	0.19	0.18	0.22
14	Men's furnishings	0.19	0.17	0.21	0.21	0.21	0.29
15	Boys' clothing and furnishings	0.17	0.17	0.24	0.30	0.26	0.28
16	Men's and boys' footwear	0.13	0.12	0.16	0.19	0.18	0.18
17	Food and kindred products	1.50	1.57	1.49	1.69	1.68	1.45
18	Toiletries, cosmetics and drugs	0.21	0.22	0.27	0.26	0.23	0.24
19	Photographic equipment and supplies	0.18	0.16	0.21	0.21	0.19	0.25
20	Piece goods	0.13	0.14	0.17	0.15	0.14	0.13
21	Linens and domestics	0.21	0.14	0.17	0.17	0.18	0.22
22	Smallwares and notions	0.22	0.21	0.22	0.20	0.14	0.15
23	China and glassware	0.08	0.09	0.11	0.11	0.12	0.10
24	Floor coverings	0.14	0.17	0.22	0.19	0.18	0.19
25	Draperies, curtains and furniture coverings	0.13	0.13	0.20	0.21	0.21	0.24
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.14	0.13	0.16	0.13	0.13	0.14
27	Furniture	0.17	0.15	0.18	0.17	0.18	0.19
28	Major appliances	0.50	0.45	0.55	0.51	0.51	0.60
29	Television, radio and music	0.22	0.20	0.25	0.21	0.18	0.20
30	Housewares and small electrical appliances	0.18	0.21	0.20	0.21	0.22	0.22
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	0.18	0.20	0.19	0.20	0.25	0.22
32	Plumbing, heating and building materials	0.19	0.20	0.23	0.28	0.33	0.32
33	Jewellery	0.08	0.10	0.13	0.13	0.14	0.14
34	Toys and games	0.11	0.11	0.14	0.18	0.14	0.17
35	Sporting goods and luggage	0.17	0.15	0.18	0.20	0.23	0.26
36	Stationery, books and magazines	0.22	0.22	0.24	0.23	0.21	0.22
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.35	0.28	0.35	0.37	0.33	0.36
38	Meals and lunches	12.96	15.07	22.86	24.43	24.88	26.74
39	Repairs and services	1.60	1.55	2.03	1.70	1.52	1.57
40	All other departments	0.29	0.34	0.37	0.40	0.46	0.42
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.22	0.22	0.26	0.26	0.25	0.26

TABLEAU 47. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, révisées, 1982

1982							
July	August	September	October	November	December	Rayon	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
0.33	0.32	0.38	0.31	0.35	0.52	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
0.16	0.31	0.28	0.34	0.42	0.48	formes pour dames et jeunes filles	
0.36	0.36	0.49	0.36	0.38	0.55	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
0.10	0.10	0.15	0.20	0.27	0.32	filles	
0.27	0.33	0.35	0.32	0.35	0.52	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
						Fourrures	4
						Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
						de chambres d'enfants	
0.26	0.44	0.37	0.29	0.38	0.62	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.34	0.28	0.36	0.32	0.40	0.86	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.31	0.31	0.38	0.30	0.32	0.45	Sous-vêtements	8
0.83	0.68	0.87	0.85	1.00	1.24	Chapeaux	9
0.25	0.27	0.44	0.40	0.41	0.59	Bas pour dames et fillettes	10
0.24	0.25	0.36	0.31	0.39	0.72	Gants, moufles et articles de parure pour	11
0.17	0.21	0.28	0.25	0.30	0.33	dames et fillettes	
0.16	0.17	0.22	0.21	0.28	0.39	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
0.23	0.22	0.26	0.22	0.31	0.74	enfants	
0.21	0.41	0.31	0.26	0.32	0.63	Vêtements pour hommes	13
						Articles d'habillement pour hommes	14
						Vêtements et articles d'habillement pour	15
						garçons	
0.15	0.17	0.24	0.21	0.27	0.33	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.47	1.82	1.61	1.58	1.65	2.04	Produits alimentaires et connexes	17
0.24	0.25	0.28	0.27	0.28	0.58	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
						caments	
0.26	0.24	0.24	0.21	0.24	0.59	Appareils et fournitures photographiques	19
0.11	0.15	0.21	0.21	0.20	0.17	Tissus à la pièce	20
0.25	0.26	0.33	0.28	0.26	0.37	Literie et linge de maison	21
0.16	0.18	0.29	0.27	0.30	0.31	Menus articles	22
0.11	0.10	0.14	0.12	0.17	0.34	Porcelaine et verrerie	23
0.19	0.18	0.21	0.26	0.27	0.22	Revêtements de plancher	24
0.23	0.21	0.23	0.24	0.26	0.28	Tentures, rideaux et housses	25
0.15	0.14	0.17	0.16	0.22	0.41	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
0.22	0.19	0.22	0.22	0.21	0.21	d'ameublement pour la maison	
0.70	0.53	0.66	0.72	0.74	0.71	Meubles	27
0.23	0.24	0.36	0.29	0.34	0.52	Gros appareils ménagers	28
0.23	0.22	0.24	0.25	0.26	0.48	Télévision, radio et musique	29
						Articles de ménage et petits appareils élec-	30
						triques	
0.19	0.17	0.18	0.21	0.19	0.28	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
0.35	0.26	0.28	0.29	0.28	0.28	etc.	
0.14	0.14	0.19	0.15	0.20	0.49	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
0.18	0.14	0.12	0.16	0.34	0.91	truction	
0.24	0.19	0.20	0.15	0.18	0.39	Bijouterie	33
						Jouets et jeux	34
						Articles de sport et valises	35
0.20	0.28	0.29	0.23	0.30	0.70	Papeterie, livres et revues	36
0.39	0.33	0.30	0.37	0.41	0.39	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
						réparation et fournitures	
27.70	29.56	26.63	23.92	27.95	34.05	Repas et casse-croûtes	38
1.39	1.45	1.56	1.82	2.27	2.59	Services et travaux de réparation	39
0.40	0.40	0.42	0.40	0.37	0.72	Tous autres rayons	40
0.26	0.26	0.30	0.28	0.32	0.51	TOTAL, TOUS RAYONS	41

Department Store Sales and
Stocks, Seasonally Adjusted

Revised Estimates,
1980-1982

Ventes et stocks des grands
magasins, desaisonnalisées

Estimations revisées,
1980-1982

TABLE 48. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, Revised, 1980(1)

Department	1980					
	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	thousands of dollars					
	milliers de dollars					
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	14,130	13,571	14,921	14,526	15,518	14,878
2 Women's and misses' coats and suits	15,380	14,763	14,202	14,707	13,457	15,061
3 Women's and misses' sportswear	36,755	35,502	35,429	37,046	37,592	37,740
4 Furs	2,188	2,611	2,499	2,284	2,202	2,423
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	20,018	18,319	17,689	18,240	18,565	18,664
6 Girls' and teenage girls' wear	14,673	13,725	14,136	14,822	14,865	15,075
7 Lingerie and women's sleepwear	14,870	13,695	14,687	14,256	14,924	14,547
8 Intimate apparel	8,018	7,820	7,912	7,955	8,185	8,089
9 Millinery	1,421	1,427	1,412	1,409	1,422	1,357
10 Women's and girls' hosiery	8,213	7,952	7,982	8,147	8,330	8,674
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	12,418	11,768	12,562	12,662	13,211	13,554
12 Women's, misses' and children's footwear	20,549	20,089	19,552	21,146	21,061	21,550
13 Men's clothing	36,623	32,660	32,168	33,619	34,098	35,910
14 Men's furnishings	33,787	32,718	32,609	32,580	33,176	33,759
15 Boys' clothing and furnishings	10,718	9,865	10,103	11,037	10,987	11,137
16 Men's and boys' footwear	12,856	12,800	12,696	13,364	13,281	13,625
17 Food and kindred products	44,821	45,740	46,854	45,144	47,523	48,120
18 Toiletries, cosmetics and drugs	36,131	35,730	36,262	36,785	37,165	37,705
19 Photographic equipment and supplies	12,975	12,588	12,729	12,562	12,956	12,996
20 Piece goods	5,790	5,570	5,713	5,383	5,494	5,690
21 Linens and domestics	21,184	21,250	21,794	20,790	21,313	20,860
22 Smallwares and notions	7,876	7,692	7,967	7,843	7,897	7,952
23 China and glassware	10,576	11,015	11,018	10,470	10,707	11,203
24 Floor coverings	12,252	12,285	12,189	11,546	12,430	12,335
25 Draperies, curtains and furniture coverings	13,190	13,394	13,343	13,296	13,245	13,160
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8,571	8,447	8,214	7,975	7,995	8,049
27 Furniture	40,929	40,518	41,593	39,961	42,112	41,738
28 Major appliances	36,447	36,324	36,622	34,267	36,126	34,916
29 Television, radio and music	28,970	28,916	30,140	27,367	28,656	29,228
30 Housewares and small electrical appliances	30,305	27,668	30,227	29,045	30,409	30,162
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	24,820	24,914	23,526	24,409	24,529	24,389
32 Plumbing, heating and building materials	7,575	7,550	7,482	7,759	8,074	7,218
33 Jewellery	21,132	20,081	20,126	18,125	20,380	20,549
34 Toys and games	17,641	17,548	17,777	17,280	17,939	17,784
35 Sporting goods and luggage	25,160	25,457	25,141	26,610	25,858	24,183
36 Stationery, books and magazines	21,780	20,592	21,860	20,630	21,950	22,753
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	16,415	15,215	15,149	16,169	16,342	15,372
38 Meals and lunches	17,697	17,459	17,884	17,847	17,737	18,431
39 Repairs and services	5,664	5,461	5,626	5,784	5,855	6,079
40 All other departments	25,002	23,928	24,813	25,274	25,705	26,323
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	754,862	733,203	742,851	743,747	758,094	767,059

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 48. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, révisées, 1980(1)

1980							N°
July	August	September	October	November	December	Rayon	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
Thousands of dollars							
milliers de dollars							
15,400	15,236	15,476	15,606	15,839	16,099	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
14,443	14,670	14,354	14,443	14,575	14,940	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
39,343	39,668	40,763	41,988	40,214	41,356	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
2,376	2,325	2,679	2,523	2,894	2,785	Fourrures	4
19,499	18,528	19,317	19,755	19,786	20,119	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
15,717	15,290	15,437	15,742	15,845	15,574	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
15,567	15,280	16,037	15,799	16,042	15,901	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
8,471	8,345	8,427	8,602	8,447	8,595	Sous-vêtements	8
1,425	1,397	1,487	1,613	1,549	1,508	Chapeaux	9
9,098	8,533	8,545	8,654	8,708	8,732	Bas pour dames et fillettes	10
13,856	13,487	13,714	13,638	13,966	14,069	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
20,562	20,912	21,356	21,934	21,287	21,459	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
36,029	35,619	35,003	35,674	35,329	36,423	Vêtements pour hommes	13
34,753	34,102	34,474	35,362	35,466	35,736	Articles d'habillement pour hommes	14
11,495	11,262	11,322	11,187	11,038	11,342	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
14,643	13,680	14,658	14,333	14,120	14,822	Chaussures pour hommes et garçons	16
47,911	48,753	49,309	48,247	50,806	52,183	Produits alimentaires et connexes	17
38,887	38,629	40,130	39,287	38,794	40,636	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
13,254	12,828	13,276	13,615	13,689	13,624	Appareils et fournitures photographiques	19
5,684	5,222	5,850	5,611	5,525	5,395	Tissus à la pièce	20
23,397	22,276	23,243	23,079	22,990	23,296	Literie et linge de maison	21
8,391	8,116	8,435	8,606	8,539	8,391	Menus articles	22
10,825	10,449	11,870	11,462	11,739	11,554	Porcelaine et verrerie	23
13,244	12,632	12,154	12,750	13,101	13,696	Revêtements de plancher	24
13,585	13,131	13,600	13,829	13,777	14,090	Tentures, rideaux et housses	25
9,072	8,346	8,775	8,622	8,873	9,075	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
43,121	41,658	43,391	43,725	45,965	45,210	Meubles	27
37,493	39,010	38,775	39,571	40,333	39,115	Gros appareils ménagers	28
29,903	30,328	30,223	31,855	32,052	31,872	Télévision, radio et musique	29
31,640	30,397	31,373	30,882	32,086	32,663	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
26,253	24,770	26,002	25,729	25,455	26,184	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
8,093	8,789	8,158	8,933	8,603	9,201	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
20,377	20,130	21,819	20,986	21,139	21,516	Bijouterie	33
18,942	18,248	18,680	19,991	19,144	19,677	Jouets et jeux	34
26,715	26,965	27,197	26,763	27,611	28,079	Articles de sport et valises	35
23,801	22,858	23,290	22,906	22,959	23,678	Papeterie, livres et revues	36
15,810	16,097	16,232	16,646	16,935	17,321	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
18,629	18,098	18,845	19,130	19,157	19,747	Repas et casse-croûtes	38
5,780	5,750	5,807	5,875	6,134	6,201	Services et travaux de réparation	39
26,714	26,492	26,614	25,709	26,467	27,362	Tous autres rayons	40
94,589	776,293	797,578	800,355	807,010	815,932	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

(1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 49. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, Revised, 1981(1)

No.	Department	1981					
		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		thousands of dollars					
		milliers de dollars					
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	16,544	16,241	16,291	16,915	16,117	16,474
2	Women's and misses' coats and suits	15,333	16,602	14,416	14,000	14,816	14,231
3	Women's and misses' sportswear	43,211	43,600	45,737	46,613	43,921	46,596
4	Furs	2,803	2,286	2,300	2,703	5,198	2,788
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	21,009	21,611	21,273	22,298	21,374	22,738
6	Girls' and teenage girls' wear	16,289	16,695	16,108	15,821	15,607	16,063
7	Lingerie and women's sleepwear	16,648	16,382	16,198	16,691	16,282	17,029
8	Intimate apparel	9,553	8,824	9,236	9,266	9,165	9,198
9	Millinery	1,378	1,453	1,494	1,474	1,380	1,479
10	Women's and girls' hosiery	8,954	8,952	9,147	9,180	8,943	9,169
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	14,283	14,704	14,676	14,817	14,288	14,867
12	Women's, misses' and children's footwear	22,756	24,503	23,894	22,566	22,054	22,609
13	Men's clothing	37,034	37,063	36,227	36,701	36,481	36,242
14	Men's furnishings	37,363	35,885	37,383	38,117	37,042	39,241
15	Boys' clothing and furnishings	11,553	11,671	11,151	11,440	11,122	11,127
16	Men's and boys' footwear	14,429	15,242	15,969	14,940	14,728	15,130
17	Food and kindred products	56,973	53,604	51,148	53,985	53,006	54,357
18	Toiletries, cosmetics and drugs	42,531	41,411	41,018	41,756	42,329	43,003
19	Photographic equipment and supplies	13,236	13,650	13,540	13,707	14,105	14,393
20	Piece goods	5,457	5,580	5,306	5,266	4,926	4,931
21	Linens and domestics	23,525	22,856	23,590	24,781	24,734	24,851
22	Smallwares and notions	8,844	8,835	8,584	8,543	8,542	8,684
23	China and glassware	12,763	12,554	12,707	12,921	12,706	13,859
24	Floor coverings	13,059	13,357	13,113	13,044	13,141	13,008
25	Draperies, curtains and furniture coverings	14,398	14,530	14,495	14,433	14,803	15,196
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	10,149	9,189	9,077	9,389	9,381	9,759
27	Furniture	49,327	44,385	47,512	46,913	47,401	60,898
28	Major appliances	41,915	40,219	41,725	44,544	41,763	56,163
29	Television, radio and music	32,642	32,209	32,739	33,771	34,836	35,381
30	Housewares and small electrical appliances	32,696	33,122	32,305	34,000	34,053	34,695
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	26,387	26,945	27,504	28,102	27,380	27,804
32	Plumbing, heating and building materials	9,107	9,200	9,681	9,297	8,814	9,056
33	Jewellery	20,976	21,600	21,812	22,272	22,711	22,794
34	Toys and games	19,451	19,876	19,517	20,265	18,938	19,699
35	Sporting goods and luggage	27,902	27,513	30,305	28,481	28,154	27,857
36	Stationery, books and magazines	23,814	23,811	24,057	24,606	24,994	24,606
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	16,453	17,373	17,542	17,309	17,655	17,859
38	Meals and lunches	19,940	20,521	20,417	20,861	21,535	21,158
39	Repairs and services	6,251	6,124	6,337	6,542	6,388	6,539
40	All other departments	27,106	27,301	26,839	27,585	26,401	26,353
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	844,252	836,944	842,720	857,998	843,830	893,211

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 49. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, révisées, 1981(1)

1981							
July	August	September	October	November	December	Rayon	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
Thousands of dollars						N°	
milliers de dollars							
16,873	16,476	16,559	16,543	17,629	16,254	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
14,902	14,233	14,976	15,319	14,341	14,793	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
45,668	45,901	47,002	46,996	48,144	46,385	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
2,651	2,505	2,633	2,840	2,643	3,069	Fourrures	4
22,399	22,163	22,174	22,223	22,718	22,712	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
15,735	16,015	15,785	15,829	15,719	15,747	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
16,681	16,778	16,757	16,894	17,631	17,064	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
9,140	9,264	9,081	9,432	9,657	9,259	Sous-vêtements	8
1,421	1,498	1,540	1,533	1,557	1,577	Chapeaux	9
8,963	9,104	9,166	9,393	9,371	9,385	Bas pour dames et fillettes	10
14,689	15,186	15,498	15,225	14,645	14,442	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
23,422	22,605	22,331	22,513	22,358	22,765	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
36,464	38,219	36,814	36,851	36,337	35,670	Vêtements pour hommes	13
37,501	37,699	38,437	38,563	38,578	37,787	Articles d'habillement pour hommes	14
11,261	11,423	11,324	11,265	11,508	11,545	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
14,676	15,166	15,020	15,100	15,052	14,697	Chaussures pour hommes et garçons	16
54,943	55,431	55,665	55,814	57,963	55,399	Produits alimentaires et connexes	17
43,313	43,918	44,461	44,471	44,585	45,234	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
13,556	14,536	13,874	14,181	14,640	13,610	Appareils et fournitures photographiques	19
4,817	4,872	4,827	4,887	5,409	4,738	Issus à la pièce	20
24,675	24,152	23,323	24,109	23,872	24,041	Literie et linge de maison	21
8,607	8,702	8,650	9,178	8,521	8,477	Menus articles	22
13,212	12,774	12,600	12,836	13,468	13,058	Porcelaine et verrerie	23
12,735	12,430	11,958	11,646	11,735	11,922	Revêtements de plancher	24
15,329	14,941	14,346	14,607	14,598	15,247	Tentures, rideaux et housses	25
9,728	9,409	9,062	9,236	9,419	9,034	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
40,222	39,198	42,456	41,152	41,361	41,071	Meubles	27
37,247	38,894	35,813	38,274	38,358	38,627	Gros appareils ménagers	28
34,337	33,648	29,508	33,923	34,928	33,917	Télévision, radio et musique	29
33,111	34,031	32,365	35,519	35,434	34,350	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
27,284	27,206	25,496	24,023	27,220	26,578	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
8,672	9,816	9,080	9,263	9,507	9,421	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
21,896	22,587	22,713	22,706	24,247	21,959	Bijouterie	33
20,102	20,903	20,653	20,467	20,885	20,601	Jouets et jeux	34
27,966	28,597	27,649	28,147	27,415	28,026	Articles de sport et valises	35
24,044	25,332	25,290	25,873	25,462	25,680	Papeterie, livres et revues	36
18,007	19,169	17,937	18,570	18,291	16,480	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
21,018	21,305	21,214	21,163	21,112	21,258	Repas et casse-croûtes	38
7,136	7,024	7,188	7,206	7,319	7,274	Services et travaux de réparation	39
26,720	27,814	28,022	29,143	28,002	28,633	Tous autres rayons	40
843,851	848,835	840,428	850,352	865,863	847,730	TOTAL, TOUS RAYONS	41

1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 50. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, Revised, 1982(1)

Department	1982					
	January	February	March	April	May	June
No.	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
	thousands of dollars					
	milliers de dollars					
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	14,348	16,225	15,775	15,947	16,139	15,694
2 Women's and misses' coats and suits	13,813	14,236	14,357	14,726	13,902	13,743
3 Women's and misses' sportswear	42,054	45,279	45,015	45,730	47,092	45,011
4 Furs	2,470	3,093	3,608	2,865	3,207	3,010
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	22,141	22,605	22,643	23,285	23,561	22,627
6 Girls' and teenage girls' wear	14,919	16,134	16,473	16,648	16,890	15,919
7 Lingerie and women's sleepwear	16,377	17,192	16,952	17,594	17,104	17,147
8 Intimate apparel	8,659	9,411	9,065	9,203	9,325	8,846
9 Millinery	1,815	1,575	1,557	1,596	1,583	1,515
10 Women's and girls' hosiery	9,307	9,289	9,406	9,587	9,663	9,724
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	14,090	14,004	13,967	14,349	14,102	13,435
12 Women's, misses' and children's footwear	21,673	21,570	21,642	22,621	23,751	22,663
13 Men's clothing	35,503	35,427	35,337	35,775	36,483	35,428
14 Men's furnishings	37,055	37,827	38,281	39,141	40,569	39,941
15 Boys' clothing and furnishings	11,100	11,331	11,387	12,028	12,274	12,111
16 Men's and boys' footwear	15,096	13,152	14,065	14,739	15,353	14,706
17 Food and kindred products	57,085	57,045	55,773	56,342	56,503	56,581
18 Toiletries, cosmetics and drugs	44,135	44,674	45,049	45,609	44,162	45,923
19 Photographic equipment and supplies	13,027	13,423	13,600	13,753	13,208	13,653
20 Piece goods	4,585	4,497	4,500	4,475	4,564	4,443
21 Linens and domestics	23,615	24,436	24,076	24,126	23,834	25,882
22 Smallwares and notions	8,120	8,384	8,115	8,392	8,302	8,487
23 China and glassware	11,342	12,393	12,729	12,666	12,384	11,515
24 Floor coverings	11,151	11,752	11,851	11,763	11,339	11,789
25 Draperies, curtains and furniture coverings	12,634	13,747	14,406	14,079	14,248	14,579
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8,160	8,637	8,555	8,081	8,757	8,730
27 Furniture	37,518	41,002	37,761	39,380	38,266	37,940
28 Major appliances	36,256	38,151	34,851	34,740	33,312	34,591
29 Television, radio and music	31,243	33,879	33,846	35,375	33,896	36,106
30 Housewares and small electrical appliances	33,446	34,254	33,229	34,137	33,437	34,562
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	28,851	30,051	26,236	25,284	28,811	26,470
32 Plumbing, heating and building materials	8,753	9,149	8,913	9,401	10,244	9,229
33 Jewellery	21,074	21,485	21,797	21,290	20,650	20,480
34 Toys and games	20,083	20,302	19,657	20,859	19,981	21,354
35 Sporting goods and luggage	27,949	28,476	28,947	27,813	30,445	29,264
36 Stationery, books and magazines	23,746	25,768	24,852	25,288	24,677	25,488
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	21,152	18,721	17,937	17,414	18,064	17,741
38 Meals and lunches	21,192	22,841	20,818	20,496	20,202	20,284
39 Repairs and services	7,534	7,871	8,059	8,146	7,932	7,376
40 All other departments	27,827	28,335	26,822	26,557	28,352	28,692
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	818,955	848,517	828,195	841,072	848,839	842,160

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 50. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, révisées, 1982(1)

1982							Rayon	N°
July	August	September	October	November	December			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
Thousands of dollars								
milliers de dollars								
15,672	16,056	16,052	16,124	16,607	16,309	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1	
14,357	15,366	13,751	13,959	16,531	14,111	formes pour dames et jeunes filles		
45,983	45,511	45,353	43,322	44,475		Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2	
3,353	2,168	2,799	3,154	3,153	46,435	filles		
22,438	24,183	22,348	22,610	23,068	2,661	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3	
					23,259	Fourrures	4	
						Vêtements pour bébés et enfants et articles	5	
						de chambres d'enfants		
16,078	16,230	15,796	15,473	16,227	16,721	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6	
16,764	17,861	18,020	18,209	17,777	17,801	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
9,248	9,710	10,096	9,921	10,509	10,161	Sous-vêtements	8	
1,572	1,642	1,679	1,583	1,701	1,725	Chapeaux	9	
9,639	10,173	10,759	10,474	11,128	10,704	Bas pour dames et fillettes	10	
13,671	14,111	14,434	14,700	14,907	14,783	Gants, moufles et articles de parure pour	11	
22,466	22,482	22,750	21,738	24,598	22,882	dames et fillettes		
34,600	34,026	35,024	32,912	35,017	34,576	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12	
40,400	43,527	42,108	39,928	38,775	40,957	enfants		
11,461	12,779	11,307	11,513	12,135	12,112	Vêtements pour hommes	13	
						Articles d'habillement pour hommes	14	
						Vêtements et articles d'habillement pour	15	
						garçons		
14,004	14,755	14,816	13,784	16,922	15,159	Chaussures pour hommes et garçons	16	
56,575	56,996	56,332	57,463	57,045	57,362	Produits alimentaires et connexes	17	
46,194	47,292	47,168	48,609	48,701	49,362	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18	
13,391	13,565	13,681	13,657	13,591	13,602	caments		
4,653	4,759	4,727	4,623	4,591	4,857	Appareils et fournitures photographiques	19	
						Tissus à la pièce	20	
24,062	25,317	25,279	25,598	25,924	26,751	Literie et linge de maison	21	
8,158	8,777	8,826	8,576	9,095	8,491	Menus articles	22	
12,127	12,489	12,647	12,778	12,014	12,561	Porcelaine et verrerie	23	
11,468	11,346	11,317	11,843	11,501	11,196	Revêtements de plancher	24	
13,483	13,892	13,124	13,611	14,402	15,668	Tentures, rideaux et housses	25	
8,652	8,725	8,681	9,122	9,163	9,294	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26	
36,196	36,988	36,888	39,663	38,800	40,930	d'ameublement pour la maison		
33,929	33,432	35,526	37,364	42,064	38,009	Meubles	27	
35,350	35,610	38,222	36,677	38,252	38,184	Gros appareils ménagers	28	
33,461	34,623	34,655	38,121	34,963	35,896	Télévision, radio et musique	29	
						Articles de ménage et petits appareils élec-	30	
						triques		
25,849	25,912	24,870	25,741	25,158	25,164	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31	
10,277	9,522	9,627	9,142	10,180	12,085	etc.		
22,012	21,288	21,284	21,690	20,174	21,202	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32	
20,429	20,770	20,576	20,847	18,941	21,254	truction		
28,051	27,951	27,915	26,240	25,905	26,233	Bijouterie	33	
						Jouets et jeux	34	
						Articles de sport et valises	35	
25,754	26,301	25,600	25,839	26,065	28,149	Papeterie, livres et revues	36	
18,129	17,223	17,084	16,541	17,430	16,424	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37	
20,115	20,336	20,707	19,945	21,236	22,091	réparation et fournitures		
7,078	7,666	7,745	8,301	8,564	10,128	Repas et casse-croûtes	38	
28,490	28,849	29,837	30,129	29,896	30,492	Services et travaux de réparation	39	
						Tous autres rayons	40	
833,862	850,107	850,465	850,418	865,697	876,476	TOTAL, TOUS RAYONS	41	

(1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 51. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, Revised, 1980(1)

Department	1980					
	January	February	March	April	May	June
No.	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
	thousands of dollars					
	milliers de dollars					
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	37,616	38,943	38,691	38,401	38,145	39,777
2 Women's and misses' coats and suits	40,494	44,789	43,739	41,605	43,111	40,627
3 Women's and misses' sportswear	92,868	94,753	93,852	92,564	96,138	94,189
4 Furs	19,597	18,248	18,403	19,715	19,666	19,321
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	64,329	65,501	61,786	60,261	60,458	57,549
6 Girls' and teenage girls' wear	41,120	41,971	39,784	37,693	38,831	34,779
7 Lingerie and women's sleepwear	40,699	40,120	39,088	40,310	40,634	38,600
8 Intimate apparel	25,469	26,115	26,147	24,192	26,114	25,837
9 Millinery	1,180	1,115	1,576	1,911	1,999	2,799
10 Women's and girls' hosiery	20,527	19,839	18,963	19,047	19,692	19,076
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	43,219	41,983	43,715	37,041	36,115	41,711
12 Women's, misses' and children's footwear	84,486	85,652	89,447	89,451	90,864	87,449
13 Men's clothing	147,225	144,683	146,453	145,834	155,956	146,662
14 Men's furnishings	125,345	124,615	125,289	126,032	128,929	125,023
15 Boys' clothing and furnishings	40,172	41,677	40,256	39,762	40,153	39,454
16 Men's and boys' footwear	61,831	62,533	64,776	62,335	66,320	63,141
17 Food and kindred products
18 Toiletries, cosmetics and drugs	126,658	125,153	125,074	131,034	133,983	125,698
19 Photographic equipment and supplies	43,427	44,535	44,010	45,667	46,325	44,768
20 Piece goods	33,432	33,095	32,099	33,244	33,678	33,435
21 Linens and domestics	87,774	84,917	84,518	83,604	89,063	90,235
22 Smallwares and notions	32,775	32,532	33,373	33,612	34,259	33,748
23 China and glassware	65,284	62,828	63,158	64,899	64,790	66,702
24 Floor coverings	52,333	48,976	50,216	49,722	49,909	49,506
25 Draperies, curtains and furniture coverings	62,676	62,342	61,848	62,680	65,229	64,235
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	40,727	39,630	40,612	41,048	42,975	43,878
27 Furniture	194,013	184,527	178,404	184,116	183,425	178,478
28 Major appliances	57,975	56,735	56,944	56,880	58,248	57,179
29 Television, radio and music	101,669	100,735	98,184	97,772	101,394	99,688
30 Housewares and small electrical appliances	114,467	110,972	115,734	109,413	114,171	114,946
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	124,661	121,176	114,147	117,152	125,608	121,007
32 Plumbing, heating and building materials
33 Jewellery	102,764	103,954	104,113	109,097	111,623	106,671
34 Toys and games	72,611	75,241	72,467	71,165	77,245	77,511
35 Sporting goods and luggage	126,890	122,571	118,862	120,262	122,029	121,324
36 Stationery, books and magazines	75,369	71,870	73,505	73,655	77,032	73,070
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	39,006	40,248	39,136	41,297	41,523	40,480
38 Meals and lunches
39 Repairs and services	5,810	5,739	5,076	5,391	5,708	5,244
40 All other departments	62,390	70,493	73,030	73,556	75,621	75,085
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	2,530,293	2,555,828	2,547,075	2,547,126	2,620,483	2,558,995

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 51. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, révisés, 1980(1)

1980							Rayon	N°
July	August	September	October	November	December			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
Thousands of dollars								
milliers de dollars								
41,161	39,918	39,073	39,226	40,246	41,544	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1	
42,607	43,433	41,676	45,417	44,482	47,676	formes pour dames et jeunes filles		
97,223	96,531	93,038	99,249	99,291		Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2	
18,198	16,625	18,968	19,182	19,129	105,309	filles		
58,651	57,230	58,171	60,639	62,733	20,580	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3	
					63,436	Fourrures	4	
						Vêtements pour bébés et enfants et articles	5	
						de chambres d'enfants		
43,220	39,711	39,650	39,126	39,779	41,203	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6	
39,438	39,594	40,440	41,546	40,338	41,622	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
27,645	27,064	24,590	26,964	28,452	29,871	Sous-vêtements	8	
1,842	1,707	1,354	1,285	1,422	1,647	Chapeaux	9	
19,891	20,271	19,726	20,730	21,480	25,125	Bas pour dames et fillettes	10	
41,400	38,910	40,949	41,916	42,349	44,852	Gants, moufles et articles de parure pour	11	
86,195	85,171	84,633	90,714	90,811	92,257	dames et fillettes		
146,975	146,021	148,567	157,175	163,318	163,064	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12	
128,851	121,075	118,854	124,476	124,628	136,527	enfants		
39,402	37,721	36,587	37,456	37,214	38,711	Vêtements pour hommes	13	
						Articles d'habillement pour hommes	14	
						Vêtements et articles d'habillement pour	15	
						garçons		
64,242	61,349	59,859	63,808	67,174	68,197	Chaussures pour hommes et garçons	16	
...	Produits alimentaires et connexes	17	
130,845	125,694	124,505	128,819	135,961	136,405	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18	
47,453	45,428	44,929	46,770	49,341	48,431	caments		
35,296	34,156	34,475	34,656	35,856	34,355	Appareils et fournitures photographiques	19	
						Tissus à la pièce	20	
88,458	90,002	91,196	85,798	94,190	96,547	Literie et linge de maison	21	
34,088	33,942	33,334	38,798	35,092	36,411	Menus articles	22	
68,420	67,288	71,247	68,372	72,254	76,447	Porcelaine et verrerie	23	
50,993	47,953	50,107	49,778	49,864	49,538	Revêtements de plancher	24	
65,574	64,701	64,269	64,760	64,264	64,931	Tentures, rideaux et housses	25	
45,014	43,731	43,831	45,936	45,854	45,228	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26	
181,001	177,196	176,288	182,144	183,751	185,512	d'ameublement pour la maison		
61,170	56,544	61,098	63,323	59,197	63,168	Meubles	27	
103,922	102,541	107,201	112,346	111,361	115,429	Gros appareils ménagers	28	
125,683	118,367	119,996	121,827	123,771	123,427	Télévision, radio et musique	29	
						Articles de ménage et petits appareils élec-	30	
						triques		
117,631	113,939	108,220	118,986	117,120	112,414	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31	
...	etc.		
106,015	105,091	104,010	107,140	109,958	111,704	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32	
81,095	74,950	78,056	79,585	81,794	80,841	truction		
123,873	122,200	119,749	123,715	126,715	122,663	Bijouterie	33	
						Jouets et jeux	34	
						Articles de sport et valises	35	
76,114	76,811	77,927	74,542	79,880	81,823	Papeterie, livres et revues	36	
41,135	41,585	40,539	44,228	44,955	42,778	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37	
...	réparation et fournitures		
5,783	5,531	5,228	5,560	5,616	5,049	Repas et casse-croûtes	38	
76,661	74,278	74,733	71,500	68,887	72,358	Services et travaux de réparation	39	
						Tous autres rayons	40	
2,619,674	2,560,707	2,571,165	2,637,614	2,691,512	2,710,767	TOTAL, TOUTS RAYONS	41	

(1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 52. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, Revised, 1981(1)

Department	1981					
	January	February	March	April	May	June
No.	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
	thousands of dollars					
	milliers de dollars					
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	40,509	42,467	42,506	45,634	45,091	44,664
2 Women's and misses' coats and suits	43,627	42,626	42,655	46,747	45,425	44,543
3 Women's and misses' sportswear	102,225	107,347	105,369	109,842	107,393	109,832
4 Furs	21,221	22,628	24,789	23,583	22,300	22,620
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	60,554	63,657	64,204	69,225	69,209	70,214
6 Girls' and teenage girls' wear	39,199	41,197	41,356	44,201	43,737	42,622
7 Lingerie and women's sleepwear	42,074	42,622	42,635	44,693	44,250	45,647
8 Intimate apparel	25,418	28,891	28,036	29,997	31,672	30,432
9 Millinery	1,598	1,760	1,320	1,353	1,553	1,402
10 Women's and girls' hosiery	23,717	24,603	24,025	25,569	24,580	24,077
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	47,781	48,563	49,491	50,947	50,472	50,323
12 Women's, misses' and children's footwear	88,339	90,958	89,069	91,679	91,551	93,234
13 Men's clothing	156,236	163,432	159,237	168,566	163,398	166,391
14 Men's furnishings	131,459	137,612	137,692	139,110	134,066	136,760
15 Boys' clothing and furnishings	39,240	40,835	39,994	40,762	39,423	41,254
16 Men's and boys' footwear	67,380	74,464	71,523	74,788	75,826	80,713
17 Food and kindred products
18 Toiletries, cosmetics and drugs	132,286	145,435	141,421	138,728	139,489	141,217
19 Photographic equipment and supplies	45,089	51,480	50,935	51,615	52,211	50,878
20 Piece goods	32,948	33,434	30,199	31,073	29,672	29,636
21 Linens and domestics	86,322	100,496	101,723	103,676	105,107	106,037
22 Smallwares and notions	35,323	46,034	38,638	39,726	38,852	39,900
23 China and glassware	75,631	72,291	80,077	83,632	84,054	86,066
24 Floor coverings	51,259	53,666	54,378	55,977	58,435	59,041
25 Draperies, curtains and furniture coverings	59,687	65,226	66,595	67,206	66,532	66,772
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	42,163	48,430	46,564	47,888	49,337	46,898
27 Furniture	183,735	182,282	187,747	197,788	200,636	189,738
28 Major appliances	63,237	67,122	70,008	73,708	69,491	64,140
29 Television, radio and music	112,572	115,023	116,224	117,495	117,315	118,725
30 Housewares and small electrical appliances	113,552	127,795	126,763	133,376	136,930	134,411
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	105,468	117,308	120,881	121,589	128,206	122,545
32 Plumbing, heating and building materials
33 Jewellery	108,447	113,595	110,293	112,456	110,274	110,670
34 Toys and games	75,855	81,741	78,578	80,482	78,096	78,142
35 Sporting goods and luggage	121,714	132,038	128,339	135,483	133,570	134,628
36 Stationery, books and magazines	79,648	87,068	85,342	89,477	85,037	89,926
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	40,917	49,021	43,235	46,194	47,558	41,516
38 Meals and lunches
39 Repairs and services	4,962	5,222	5,295	5,570	5,569	5,076
40 All other departments	66,619	75,430	63,622	71,559	72,683	71,915
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	2,596,822	2,816,990	2,784,116	2,874,575	2,869,811	2,882,222

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 52. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, révisés, 1981(1)

1981							Rayon	N°
July	August	September	October	November	December			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
Thousands of dollars								
milliers de dollars								
45,036	46,155	49,221	52,028	46,936	50,837	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1	
50,446	47,709	48,918	48,824	49,793	43,665	formes pour dames et jeunes filles		
111,946	116,906	125,407	130,361	120,387	121,461	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2	
20,377	19,805	20,066	20,560	20,856	20,254	filles		
73,811	73,668	71,311	80,730	72,542	74,733	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3	
						Fourrures	4	
						Vêtements pour bébés et enfants et articles	5	
						de chambres d'enfants		
46,647	47,766	45,706	49,452	41,678	47,178	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6	
46,551	45,451	47,157	49,623	50,683	51,757	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
31,571	31,021	31,057	35,768	31,350	31,573	Sous-vêtements	8	
1,587	1,213	1,637	1,641	1,955	2,050	Chapeaux	9	
23,612	23,979	23,271	24,713	24,741	24,141	Bas pour dames et fillettes	10	
50,509	49,211	45,846	47,102	44,575	44,240	Gants, moufles et articles de parure pour	11	
91,634	88,763	91,789	97,712	98,782	102,361	dames et fillettes		
171,844	168,864	162,374	171,007	166,079	171,290	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12	
139,321	140,164	142,462	143,319	139,029	141,260	enfants		
44,939	42,542	41,868	45,287	42,281	42,167	Vêtements pour hommes	13	
						Articles d'habillement pour hommes	14	
						Vêtements et articles d'habillement pour	15	
						garçons		
81,491	78,790	79,049	81,175	81,413	83,969	Chaussures pour hommes et garçons	16	
...	Produits alimentaires et connexes	17	
148,013	151,941	157,252	164,829	158,985	165,589	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18	
						caments		
54,480	56,009	54,809	55,505	47,601	51,281	Appareils et fournitures photographiques	19	
29,436	29,091	29,767	30,294	32,031	31,117	Tissus à la pièce	20	
114,044	114,673	114,298	124,880	118,505	116,361	Literie et linge de maison	21	
41,241	41,388	42,467	42,685	41,126	41,717	Menus articles	22	
85,433	86,055	87,603	89,171	86,757	95,966	Porcelaine et verrerie	23	
63,787	61,905	61,303	62,898	62,359	61,164	Revêtements de plancher	24	
71,412	71,670	71,714	75,812	75,200	71,980	Tentures, rideaux et housses	25	
49,014	50,335	50,109	51,839	49,898	51,564	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26	
213,424	218,943	224,906	242,260	214,475	214,123	d'ameublement pour la maison		
74,266	75,539	76,798	84,975	78,158	72,466	Meubles	27	
123,778	123,755	126,951	138,421	126,557	122,489	Gros appareils ménagers	28	
138,764	140,562	141,379	145,907	143,892	140,557	Télévision, radio et musique	29	
						Articles de ménage et petits appareils élec-	30	
						triques		
146,840	137,847	134,246	155,491	132,719	132,605	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31	
...	etc.		
118,726	117,497	118,620	122,884	112,935	119,054	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32	
80,295	81,324	77,362	81,735	82,711	96,952	truction		
137,476	131,984	134,912	146,524	135,345	141,811	Bijouterie	33	
						Jouets et jeux	34	
						Articles de sport et valises	35	
91,309	85,167	89,909	93,619	82,462	91,687	Papeterie, livres et revues	36	
49,092	48,453	42,721	51,728	49,307	50,012	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37	
...	réparation et fournitures		
6,108	5,316	5,321	5,349	5,205	4,974	Repas et casse-croûtes	38	
73,203	74,088	71,158	74,688	68,388	104,240	Services et travaux de réparation	39	
						Tous autres rayons	40	
997,928	2,991,188	3,015,837	3,171,359	3,013,619	3,061,464	TOTAL, TOUS RAYONS	41	

1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 53. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, Revised, 1982(1)

No.	Department	1982					
		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		thousands of dollars					
		milliers de dollars					
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	51,755	47,765	47,963	50,092	49,331	51,937
2	Women's and misses' coats and suits	40,115	44,901	44,671	45,472	46,741	49,567
3	Women's and misses' sportswear	118,987	113,884	117,814	123,164	122,004	123,168
4	Furs	18,768	19,357	19,559	18,392	18,457	21,276
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	74,240	69,345	69,704	72,825	68,912	74,048
6	Girls' and teenage girls' wear	48,254	45,248	47,046	48,729	46,346	48,145
7	Lingerie and women's sleepwear	49,940	48,723	48,762	47,826	47,043	49,142
8	Intimate apparel	31,662	30,242	31,478	33,131	30,297	31,881
9	Millinery	1,955	1,604	1,540	1,441	1,280	1,521
10	Women's and girls' hosiery	23,628	23,630	25,392	25,757	25,784	27,951
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	41,634	42,975	43,394	45,253	43,068	42,262
12	Women's, misses' and children's footwear	106,459	103,817	106,404	109,511	105,699	106,480
13	Men's clothing	163,199	159,667	164,806	184,076	161,688	185,422
14	Men's furnishings	138,902	137,291	138,560	143,744	140,455	147,603
15	Boys' clothing and furnishings	40,684	39,742	41,520	42,916	40,242	38,811
16	Men's and boys' footwear	82,132	80,962	77,372	79,738	77,339	84,419
17	Food and kindred products
18	Toiletries, cosmetics and drugs	166,109	159,497	162,585	167,352	164,912	180,618
19	Photographic equipment and supplies	54,342	53,574	54,102	58,617	55,342	59,278
20	Piece goods	29,356	28,101	30,996	30,985	30,351	31,692
21	Linens and domestics	114,996	109,328	112,385	111,221	104,992	105,212
22	Smallwares and notions	39,764	38,216	37,947	39,878	38,537	39,299
23	China and glassware	90,057	92,391	92,463	88,935	90,378	92,125
24	Floor coverings	61,392	56,439	59,481	63,990	58,671	60,078
25	Draperies, curtains and furniture coverings	73,831	69,309	68,768	69,698	63,090	66,714
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	50,924	48,498	48,649	54,610	46,856	50,792
27	Furniture	215,337	207,840	205,739	204,109	194,562	195,584
28	Major appliances	65,216	55,981	57,853	61,589	60,387	61,134
29	Television, radio and music	126,178	125,311	127,032	134,021	131,272	137,411
30	Housewares and small electrical appliances	136,589	131,949	128,452	138,403	134,057	144,029
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	128,061	110,006	122,856	134,844	126,438	142,967
32	Plumbing, heating and building materials
33	Jewellery	129,046	121,701	123,445	123,554	121,412	127,595
34	Toys and games	86,176	83,677	85,210	90,278	83,582	86,606
35	Sporting goods and luggage	137,641	132,768	131,081	136,589	130,248	134,721
36	Stationery, books and magazines	95,949	90,919	91,074	92,630	90,952	97,041
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	49,464	49,307	47,048	51,881	48,010	51,263
38	Meals and lunches
39	Repairs and services	4,781	4,675	4,629	5,483	4,292	5,034
40	All other departments	80,413	73,388	61,034	72,972	68,524	69,746
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,000,049	2,926,984	2,961,465	3,074,283	2,941,072	3,121,629

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 53. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, révisés, 1982(1)

1982							Rayon	N°
July	August	September	October	November	December			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
Thousands of dollars								
Milliers de dollars								
53,390	48,491	49,698	45,887	44,435	43,000	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1	
42,804	42,996	51,326	42,969	43,029	49,588	formes pour dames et jeunes filles		
121,200	119,337	126,199	119,758	121,394	135,994	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2	
18,398	17,628	15,280	17,583	16,928	18,011	filles		
68,989	68,120	73,923	69,912	67,729	76,613	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3	
						Fourrures	4	
						Vêtements pour bébés et enfants et articles	5	
						de chambres d'enfants		
46,050	43,545	52,262	42,814	45,226	46,232	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6	
48,972	48,002	49,779	44,138	47,892	52,978	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
30,539	30,340	31,195	30,745	27,016	31,652	Sous-vêtements	8	
1,529	2,027	2,330	2,377	2,239	2,327	Chapeaux	9	
28,462	27,123	29,454	29,075	29,227	34,191	Bas pour dames et fillettes	10	
43,236	45,161	48,821	42,232	45,425	49,461	Gants, moufles et articles de parure pour	11	
100,750	98,291	108,197	99,109	97,852	99,145	dames et fillettes		
159,252	159,716	162,732	145,626	148,826	164,501	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12	
146,026	147,408	159,732	146,048	147,889	156,835	enfants		
39,503	37,361	40,770	38,205	39,126	41,322	Vêtements pour hommes	13	
						Articles d'habillement pour hommes	14	
						Vêtements et articles d'habillement pour	15	
						garçons		
75,207	74,422	74,445	64,298	71,807	77,083	Chaussures pour hommes et garçons	16	
173,476	174,144	171,757	154,042	164,851	180,981	Produits alimentaires et connexes	17	
54,928	56,700	56,734	51,393	49,077	55,299	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18	
30,698	28,596	25,822	27,296	25,920	28,293	caments		
						Appareils et fournitures photographiques	19	
						Tissus à la pièce	20	
103,997	97,468	102,905	94,407	103,756	117,977	Literie et linge de maison	21	
38,793	37,767	39,180	36,014	37,454	44,053	Menus articles	22	
92,335	92,482	93,977	83,876	89,920	94,736	Porcelaine et verrerie	23	
56,998	56,263	59,229	52,658	50,595	51,900	Revêtements de plancher	24	
64,387	62,068	66,293	61,412	61,418	63,613	Tentures, rideaux et housses	25	
49,607	49,514	52,213	49,029	49,831	54,430	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26	
195,691	191,967	202,524	189,204	187,444	201,135	d'ameublement pour la maison		
62,042	64,883	67,370	54,945	53,734	56,357	Meubles	27	
133,862	131,532	131,297	131,298	131,154	144,869	Gros appareils ménagers	28	
140,222	139,024	146,847	128,739	153,799	172,142	Télévision, radio et musique	29	
						Articles de ménage et petits appareils élec-	30	
						triques		
134,132	129,279	137,286	125,977	118,978	139,860	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31	
...	etc.		
123,007	119,454	123,943	115,049	120,860	126,772	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32	
86,473	87,474	88,439	83,479	85,915	103,238	truction		
128,501	123,707	125,853	123,082	126,813	139,118	Bijouterie	33	
						Jouets et jeux	34	
						Articles de sport et valises	35	
95,622	93,379	93,881	85,544	92,777	101,561	Papeterie, livres et revues	36	
49,052	49,583	53,058	46,334	46,212	66,374	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37	
4,316	4,297	4,600	3,968	4,800	5,487	réparation et fournitures		
64,271	60,033	64,393	63,120	67,745	82,731	Repas et casse-croûtes	38	
						Services et travaux de réparation	39	
						Tous autres rayons	40	
57,979	2,927,499	3,083,081	2,804,523	2,915,066	3,156,073	TOTAL, TOUTS RAYONS	41	

Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

LIST OF DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - LISTE DES ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS

MAJOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS TRADITIONNELS

Ayre's Ltd., Water St., St. John's, Newfoundland
Bowring Bros. Ltd., 281 Water St., St. John's, Newfoundland
Caplan, C., Ltd., 135 Rideau St., Ottawa, Ontario
Eaton, T., Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario
Goudies Ltd., 22 King St. W., Kitchener, Ontario
Holman, R.T., Ltd., Water St., Summerside, Prince Edward Island
Hougens Ltd., 305 Main St., Whitehorse, Yukon
Hubert, Magasin J.O., Ltée, 163-165 rue Principale, Maniwaki, Québec
Hudson's Bay Co., 2 Bloor St. E., Toronto, Ontario
Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd., 4910-50th St., Lloydminster, Saskatchewan
Ogilvy, Charles, Ltd., 126 Rideau St., Ottawa, Ontario
Ogilvy's, James A., Ltd., Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec
Right House, The, Co. Ltd., 35-41 King St. E., Hamilton, Ontario
Robinson, The G.W., Co. Ltd., 18 James St., Hamilton, Ontario
Simpsons Ltd., 401 Bay St., Toronto, Ontario
Simpson Sears Ltd., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario
Smith & Chapple Ltd., 24 Birch St., Chapleau, Ontario
Woodward Stores (Alta.) Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia
Woodward Stores (B.C.) Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

JUNIOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS POPULAIRES

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario
Sentry Dep't. Stores Ltd., 1650 Avenue Rd., Toronto, Ontario
Steinberg Inc., Miracle Mart Division, 5151 Thimens, St-Laurent, Québec
Towers Department Stores Ltd., 6509 Airport Rd., Mississauga, Ontario
Woolco Department Stores, c/o F.W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario
Zeller's Ltd., 5250 Decarie Blvd., Montréal, Québec

SELECTED PUBLICATIONS

Following are publications of the Merchandising and Services Division in the Retail Trade sector.

Catalogue

- 3-002 Department Store Sales and Stocks. M. Bil. 36 pp. First Issue, 1938. (ISSN 0380-7045).

Total sales and number of outlets, by province and selected metropolitan area, and sales and inventories by department, Canada.

- 3-004 Department Store Sales by Regions. Advance Release. M. Bil. 1 pp. First Issue, 1950. (ISSN 0709-8650).

Total sales and percentage changes of sales, by region.

- 3-005 Retail Trade. M. Bil. Approx. 65 pp. First Issue, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total retail sales by province and kind of business, for chain and independent stores; seasonally adjusted sales, Canada.

- 3-007 New Motor Vehicle Sales. M. Bil. Approx. 15 pp. First Issue, 1932. (ISSN 0705-5595).

Number and value of new passenger cars, trucks and buses sold by province and by origin (Canada and U.S. or imported). Monthly unit sales, by type and origin, seasonally adjusted.

- 014 Merchandising Inventories. M. Bil. 24 pp. First Issue, 1972. (ISSN 0380-7177).

Inventories and stocks/sales ratios, by type of trade for wholesale, by department for department stores, by kind of business for chain stores and independent stores: quarterly percentage changes for independent stores by kind of business.

- 210 Retail Chain and Department stores. A. Bil. Approx. 74 pp. First Issue, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total retail sales by chain and department stores including data on floor area, inventory and accounts receivable.

CHOIX DE PUBLICATIONS

Les publications suivantes se trouvent à la Section du commerce de détail, Division du commerce et des services.

Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M. Bil. 36 pages. Premier numéro, 1938. (ISSN 0380-7045).

Ventes totales et nombre de points de ventes par provinces et certaines régions métropolitaines, ventes et stocks par rayon, Canada.

- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M. Bil. 1 page. Premier numéro, 1950. (ISSN 0709-8650).

Variations en pourcentage et ventes par région.

- 63-005 Commerce de détail. M. Bil. Environ 65 pages. Premier numéro, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total des ventes au détail par province et genre de commerce, pour les magasins à succursales et les magasins indépendants; chiffres désaisonnalisés, Canada.

- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M. Bil. Environ 15 pages. Premier numéro, 1932. (ISSN 0705-5595).

Nombre et valeur des voitures particulières, des camions et des autobus neufs vendus par province et par lieu d'origine (Canada et É.-U. ou importés). Ventes unitaires mensuelles selon le type et l'origine, après désaisonnalisation.

- 63-014 Stocks commerciaux. M. Bil. 24 pages. Premier numéro, 1972. (ISSN 0380-7177).

Stocks et rapports stocks/ventes, par genre de commerce pour le commerce de gros, par rayon pour les grands magasins et par genre de commerce pour les magasins à succursales et magasins indépendants: variations trimestrielles en pourcentage pour les magasins indépendants suivant le genre de commerce.

- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A. Bil. Environ 74 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total des ventes au détail pour les magasins à succursales et les grands magasins, incluant des données sur la superficie total, des stocks, et comptes à recevoir.

Catalogue

- 63-213 Vending Machine Operators. A. Bil. 21 pp. First Issue, 1958. (ISSN 0527-6411).

Sales of merchandise through automatic vending machines, by type of machine and location, Canada and provinces.

- 63-218 Direct Selling Canada. A. Bil. 14 pp. First Issue, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Sales of various commodities by method of distribution; door-to-door, mail order, etc.

- 63-219 Campus Book Stores, A. Bil. Approx. 8 pp. First Issue, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Retail sales by commodities, employees and payroll, by regions, provinces and Canada, for academic years.

- 63-224 Market Research Handbook. A. Bil. 700 pp. First Issue, 1975. (ISSN 0590-9325).

The data covers such topics as general economic indicators, population characteristics, personal income and expenditure and household facilities.

- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O. Bil. 695 pp. (ISBN 0-660-506-13-0). The publication provides revised retail trade estimates for the years 1972 to 1979, both unadjusted and seasonally adjusted and also sections on definitions, concepts, classifications, methodology and data reliability.

Operating Results - Retail Trades. O. Bil. 29 pp. First Issue, 1974.

Reports in the Operating Results series contain ratios (percentages of net sales) for: purchases, inventories, cost of goods sold, gross profit, operating expense items and net profit.

Catalogue

- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A. Bil. 21 pages. Premier numéro, 1958. (ISSN 0527-6411).

Ventes de marchandise selon le genre de machine et l'emplacement, Canada et provinces.

- 63-218 La vente directe au Canada. A. Bil. 14 pages. Premier numéro, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Ventes de divers produits, par mode de distribution: démarchage, poste, etc.

- 63-219 Librairies de campus. A. Bil. Environ 8 pages. Premier numéro, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Ventes au détail par article, ainsi que nombre d'employés et la paye, par région, par province et au Canada par année scolaire.

- 63-224 Manuel statistique pour études de marché. A. Bil. 700 pages. Premier numéro, 1975. (ISSN 0590-9325).

Les données portent sur des sujets tels que les indicateurs économiques généraux, les caractéristiques de la population, le revenu et les dépenses des particuliers et l'équipement ménager.

- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S. Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0). Cette publication contient des données brutes et désaisonnalisées, révisées de 1972 à 1979, des sections sur les définitions, les concepts de classement, la méthodologie ainsi que des renseignements sur la fiabilité des données.

Résultats d'exploitation - Commerce de détail. H.S. Bil. 29 pages. Premier numéro, 1974.

Les bulletins de la série des Résultats de l'exploitation contiennent des ratios (pourcentages des ventes nettes) pour les achats, les stocks, le coût des biens vendus, les bénéfices bruts, les dépenses d'exploitation et les bénéfices nets.

atalogue

The following reports on Operating Results are available.

- 3-603 Men's Retail Clothing Stores, 1979
- 3-604 Independent Women's Retail Clothing Stores, 1975
- 3-605 Independent Retail Hardware Stores, 1976
- 3-606 Retail Shoe Stores, 1977
- 3-607 Retail Drug Stores, 1978
- 3-608 Retail Florists, 1979
- 3-609 Independent Retail Jewellery Stores, 1978
- 3-610 Retail Hardware Stores, 1980
- 3-611 Women's Retail Clothing Stores, 1980
- 3-612 Retail Family Clothing Stores, 1980

- Monthly A.- Annual Bil.- Bilingual
- Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available free on request from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue

Les publications suivantes sur les résultats d'exploitation sont maintenant disponibles.

- 63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1979
- 63-604 Magasins indépendants de vente au détail de vêtements pour dames, 1975
- 63-605 Magasins indépendants de vente au détail de quincaillerie, 1976
- 63-606 Magasins de vente au détail de chaussures, 1977
- 63-607 Pharmacies au détail, 1978
- 63-608 Magasins de fleuristes, vente au détail, 1979
- 63-609 Magasins indépendants de vente au détail de bijouterie, 1978
- 63-610 Magasins de vente au détail de quincaillerie, 1980
- 63-611 Magasins de vente au détail de vêtements pour dames, 1980
- 63-612 Magasins de vente au détail de vêtements pour la famille, 1980

M. - Mensuel A.- Annuel Bil.- Bilingue
H.S. - Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et social du Canada. On peut se procurer gratuitement un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Department store sales and stocks

April 1983

Ventes et stocks des grands magasins

Avril 1983



Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Merchandising and Services Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V4 (Telephone: 996-9304) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's (772-4073)	Winnipeg (949-4020)
Halifax (426-5331)	Regina (359-5405)
Montréal (283-5725)	Edmonton (420-3027)
Ottawa (992-4734)	Vancouver (666-3691)
Toronto (966-6586)	

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	Zenith 0-7037
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
British Columbia (South and Central)	112-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by NorthwestTel Inc.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories (area served by NorthwestTel Inc.)	Zenith 2-2015

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales and Services, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V7.

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolinguistique et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section de commerce détail,
Division du commerce et des services,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V4 (téléphone: 996-9304) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's (772-4073)	Winnipeg (949-4020)
Halifax (426-5331)	Regina (359-5405)
Montréal (283-5725)	Edmonton (420-3027)
Ottawa (992-4734)	Vancouver (666-3691)
Toronto (966-6586)	

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	Zénith 0-7037
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
Colombie-Britannique (sud et centrale)	112-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Zénith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Zénith 2-2015

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes et de la distribution des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V7.

Statistics Canada
Merchandising and Services Division
Retail Trade Section

Statistique Canada
Division du commerce et des services
Section du commerce de détail

Department store sales and stocks

April 1983

Ventes et stocks des grands magasins

Avril 1983

Published under the authority of
the Minister of Supply and
Services Canada

Statistics Canada should be credited when
reproducing or quoting any part of this document

© Minister of Supply
and Services Canada 1983

July 1983
5-3406-503

Price: Canada, \$3.15, \$31.50 a year
Other Countries, \$3.80, \$37.80 a year

Catalogue 63-002, Vol. 48, No. 4

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par
le ministre des Approvisionnements et
Services Canada

Reproduction ou citation autorisée sous réserve
d'indication de la source: Statistique Canada

© Ministre des Approvisionnements
et Services Canada 1983

Juillet 1983
5-3406-503

Prix: Canada, \$3.15, \$31.50 par année
Autres pays, \$3.80, \$37.80 par année

Catalogue 63-002, vol. 48, n° 4

ISSN 0380-7045

Ottawa

SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or, in this publication less than half unit expressed.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the CANSIM staff, Current Economic Analysis Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-995-7406), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

SIGNES CONVENTIONNELS

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou, dans la présente publication, inférieur à la moitié de l'unité exprimée.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux correspondents pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrice n° 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel CANSIM, Division de l'analyse de conjoncture, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-995-7406), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

TABLE OF CONTENTS

	Page
Introduction	vii
Definitions	viii
Methodology	ix
Data Reliability	x
Non-sampling Errors	x
Non-sampling Error Measures	xi
Seasonal Adjustment	xiii
Constant Dollar Estimates	xiv
Data Confidentiality	xiv
Explanatory Notes	xvi
Charts	
Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983	xviii
Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983	xviii
Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1981-1983	xix
Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1981-1983	xx
Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1981-1983	xx
Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization	xxi
Highlights	xxiii
Table	
Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983	2

TABLE DES MATIÈRES

	Page
Introduction	vii
Définitions	viii
Méthodologie	ix
Fiabilité des données	x
Erreurs non liées à l'échantillonnage	x
Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage	xi
Désaisonnalisation	xiii
Estimations endollars constants	xiv
Confidentialité des données	xiv
Notes explicatives	xvi
Graphiques	
1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1981-1983	xviii
2. Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1981-1983	xviii
3. Ventes des grands magasins et commerce de détail Total, par mois, Canada, 1981-1983	xix
4. Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1981-1983	xx
5. Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983	xx
6. Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisation	xxi
Points saillants	xxiii
Tableau	
1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	2

TABLE OF CONTENTS - Continued

TABLES DES MATIÈRES - suite

	Page		Page
Table		Tableau	
2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983	4	2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1982 et 1983	
3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983	6	3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1982 et 1983	
4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	6	4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	
5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983	8	5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983	
6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	8	6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	
7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983	10	7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983	
8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	10	8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	
9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983	12	9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1982 et 1983	
10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	12	10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	
11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983	14	11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983	
12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	14	12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	
13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983	16	13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983	
14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	16	14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	
15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983	18	15. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	
16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983	19	16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1982 et 1983	

TABLE OF CONTENTS - Continued

TABLES DES MATIÈRES - suite

	Page		Page
Table		Tableau	
17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	19	17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	19
18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983	20	18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983	20
19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	20	19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	20
20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983	21	20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983	21
21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	21	21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	21
22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1981-1983	22	22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1981-1983	22
23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981-1983	23	23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1981-1983	23
24. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, 1982 and 1983	24	24. Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	24
25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983	26	25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1982 et 1983	26
26. Department Store Monthly Stock-Sales Ratios, by Department, Canada, 1982 and 1983	28	26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	28
27. Department Store Monthly Sales-Stock Ratios, by Department, 1982 and 1983	30	27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	30
28. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted, Canada, 1981-1983	32	28. Montants à recevoir, non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983	32
29. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983	32	29. Montants à recevoir, désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983	32
30. Department Store Sales, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1983 and 1984	34	30. Ventes des grands magasins, MCD et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1983 et 1984	34
31. Department Store Stocks, MCD and Seasonal Factors, 1983 and 1984	36	31. Stocks des grands magasins, MCD et coefficients de corrections des variations saisonnières, 1983 et 1984	36

TABLE OF CONTENTS - Concluded

	Page
List of Department Store Organizations	38
Selected Publications	39

TABLES DES MATIÈRES - fin

	Page
Liste des organisations de grands magasins	38
Choix de publications	39

INTRODUCTION

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 census of Merchandising and Services. A "List of Department Store Organizations" can be found at the end of this publication.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store locations of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Merchandising and Services Division, to be utilized. (The census also measures the activities of "establishments", however, this concept is not used in the monthly survey of department stores.) Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. For example, non-department store locations are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure with the catalogue sales activity of department store organizations classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its leased departments, if any, is considered to be a total entity; that is, it competes in the market place as one structure, rather than as a number of smaller stores.

INTRODUCTION

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971. La "Liste des organisations de grands magasins" est donnée à la fin de cette publication.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division du commerce et des services. (Le recensement mesure également les activités des "établissements", toutefois cette unité d'observation n'est pas utilisée dans l'enquête mensuelle sur les grands magasins.) En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les firmes déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les rayons de concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement unique et non comme un regroupement de petits magasins.

Definitions

Retail Location

A retail location, as defined by Statistics Canada, is a business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public for household or personal consumption.

Department Store

A retail location is defined as a department store outlet if it possesses the following characteristics. It must sell the following general lines of merchandise:

Family clothing and apparel. This commodity group is composed of some or all of the following lines: women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms; women's and misses' coats and suits; women's and misses' sportswear; furs; infants' and children's wear; girls' and teenage wear; lingerie and women's sleepwear; intimate apparel; millinery; women's and girls' hosiery; women's and girls' gloves, mitts and accessories; women's, misses' and children's footwear; men's clothing; men's furnishings; boys' clothing and furnishings; men's and boys' footwear. **Note:** The outlet must sell at least six of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being men's and boys' clothing or furnishings. At least 20% of the outlet's total sales must be derived from the family clothing and apparel group.

Furniture, appliance and home furnishings. This commodity group is composed of some or all of the following lines: linens and domestics; china and glassware; home furnishings; furniture, wooden and upholstered goods for living room, dining room and bedroom; major appliances; television, radio and music; hardware and housewares. **Note:** The outlet must sell at least four of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being furniture (wooden and upholstered goods for dining room and/or living room and/or bedroom). At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the furniture, appliance and home furnishings group.

All other (miscellaneous). This category includes all commodities sold by the outlet but not shown above, such as: toiletries, cosmetics and drugs; photographic equipment and supplies; piece goods; notions and smallwares; jewellery; sporting goods and luggage; stationery, books and magazines; and food. **Note:** The outlet must sell at

Définitions

Point de vente au détail

Suivant la définition de Statistique Canada, un point de vente au détail est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et des services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle.

Grand magasin

Un point de vente au détail est un grand magasin s'il possède les caractéristiques suivantes:

Vêtements pour la famille. Ce groupe comprend les articles suivants: robes pour dames et jeunes filles, robes de ménage, tabliers et uniformes; manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles; vêtements de sport pour dames et jeunes filles; fourrures; vêtements de bébés et d'enfants; vêtements de fillettes et d'adolescentes; lingerie et vêtements de nuit pour dames; sous-vêtements; chapeaux; bas pour dames et fillettes; gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes; chaussures pour dames, jeunes filles et enfants; vêtements pour hommes; articles d'habillement pour hommes; vêtements et articles d'habillement pour garçons; chaussures pour hommes et garçons. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins six des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être les vêtements ou articles d'habillement pour hommes et garçons. Au moins 20% des ventes globales du magasin doivent se faire dans le groupe de vêtements pour la famille.

Meubles, appareils et articles d'ameublement ménager. Ce groupe comprend les articles suivants: literie et linge de maison; porcelaine et verrerie; articles d'ameublement ménager; meubles, de bois ou rembourrés, pour salle de séjour, salle à manger ou chambre à coucher; gros appareils, télévision, radio et musique; quincaillerie et articles de ménage. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins quatre des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être des meubles (de bois ou rembourrés pour salle à manger et (ou) salle de séjour et (ou) chambre à coucher). Au moins 10 % des ventes globales du magasin doivent provenir du groupe des meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.

Tous autres articles (divers). Cette catégorie comprend toutes les marchandises que tient le magasin, mais qui ne figurent pas ci-dessus. **telles que:** articles de toilette, cosmétiques et médicaments; appareils et fournitures photographiques; tissus à la pièce; mercerie et menus articles; bijouterie; articles de sport et valises papeterie, livres et revues; et aliments

least **three** different commodity lines with not one of these lines representing more than 50% of the **total** store sales. At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the all other or miscellaneous groups.

Total net sales and receipts are defined as the total sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, restaurant and other services, less returns, adjustments and discounts. Trade-in allowances are not deducted. Commissions earned from the sales of goods owned by others and proprietors' withdrawals of goods (at retail) for personal use are included. Non-trading revenues, bad debts recovered and direct sales taxes are excluded.

Stocks are defined as the selling value of inventory on hand at the end of the month or as at the end of the fiscal period falling nearest the end of the calendar month.

Accounts receivable are defined as customers' accounts and notes receivable as at the end of the month, as well as all new credit granted during the month, less payments received. Accounts discounted with banks, paper sold to sales finance companies, or amounts owing on account of credit-card plans, are excluded. Accounts receivable used as security for bank loans are not considered as discounted if still payable and are therefore included.

Junior Department Stores are defined as retailing entities which sell the same wide range of goods (see department store definition) that are sold in the more traditional (major) department stores and are popularly described as discount operations.

Methodology

The **monthly sales values**, published at the Canada, provincial and metropolitan area levels, are based on the universe of department store organizations. A 100% response rate is aimed for each month with the publication usually delayed if large department store organizations have not responded in time. The monthly sales figures are estimated when necessary, due only to late response, by applying an imputation method which is unique to each organization.

The **monthly sales values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdown of sales. The percentage

Nota: Le magasin doit tenir au moins **trois** des séries mentionnées ci-dessus, dont aucune ne doit représenter plus de 50% des ventes **globales** du magasin. Au moins 10% des ventes globales du magasin doivent provenir des groupes tous autres articles ou divers.

Les **ventes et recettes nettes totales** sont définies comme le total des ventes de marchandises neuves et usagées et des recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres services, moins les rendus, les rajustements et les remises. La valeur des reprises n'est pas déduite. Les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel sont comptées. Les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente directes sont exclus.

Les **stocks** englobent la valeur marchande des stocks détenus à la fin du mois ou de la période financière la plus rapprochée.

Par **comptes à recevoir** on entend les comptes et billets à recevoir des clients à la fin du mois, ainsi que de tout nouveau crédit consenti au cours du mois, moins les paiements reçus. Les comptes escomptés à la banque, les titres vendus à des sociétés de financement des ventes et les montants dus en vertu d'un régime de cartes de crédit ne sont pas comptés. Les comptes à recevoir servant à garantir un emprunt bancaire ne sont pas considérés comme étant escomptés s'ils sont encore payables; ils sont donc inclus.

Les **grands magasins populaires** sont définis comme étant des points de ventes au détail qui offre la même vaste gamme d'articles (voir la définition d'un grand magasin) que les grands magasins traditionnels et qui sont généralement considérés comme des magasins à prix réduits.

Méthodologie

Le **chiffre des ventes mensuelles**, publié pour le Canada, les provinces et les régions métropolitaines, est établi en fonction de l'univers des sociétés de grands magasins. Puisque l'on vise chaque mois un taux de réponse de 100%, la publication est habituellement retardée si une grande firme n'a pas fait parvenir sa déclaration dans les délais prévus. Dans le cas d'une réponse tardive, il est possible de calculer un chiffre estimatif des ventes mensuelles grâce à une méthode d'imputation qui est unique à chaque firme.

Le **chiffre des ventes mensuelles par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes. La répartition en pourcentage des ventes

distributions of sales by department, calculated from the reporting organizations, are applied to the monthly Canada sales total in order to provide an estimate of sales by department at the Canada level.

The monthly stock values by department, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdowns of sales and stocks. A stock-to-sales ratio for each department, calculated from the reporting organizations, is applied to the corresponding department's monthly sales estimate in order to provide an estimate of stocks by department at the Canada level.

The monthly accounts receivable values, published at the Canada level, are based on a panel of department store organizations which are known to have accounts receivable. Data for late respondents are estimated by applying the monthly percentage change in accounts receivable, calculated from the reporting organizations, to the previous month's data of each organization that was late in reporting.

Data Reliability

Non-sampling Errors

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the organizations listed at the end of this publication. The survey can be considered as a complete census of the population under consideration and therefore not subject to sampling errors; however, even under a census situation, with a complete enumeration each month of all known department store locations, errors in published data can occur. These errors, called non-sampling errors, are present whether a sample or a complete census of the population is taken and can be attributed to one or more of the following sources:

Coverage error. This error can result from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

Data response error. This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses under different modes of communication.

par rayon obtenues auprès des firmes déclarantes est appliquée au chiffre mensuel des ventes totales pour le pays afin d'établir une estimation des ventes par rayon pour l'ensemble du Canada.

Le chiffre des stocks mensuels par rayon publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes et des stocks. Pour chaque rayon, le rapport des ventes aux stocks (calculé à partir des déclarations des firmes) est appliqué à l'estimation des ventes mensuelles afin de produire une estimation des stocks pour le Canada.

Le chiffre des comptes à recevoir mensuel pour l'ensemble du pays provient des sociétés de grands magasins qui ont de tels comptes. Les données relatives aux enquêtes retardataires sont estimées ainsi: on calcule d'abord la variation en pourcentage des comptes à recevoir des firmes déclarantes, puis on la fait porter sur les chiffres du mois précédent de la firme retardataire.

Fiabilité des données

Erreurs non liées à l'échantillonnage

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins énumérées à la fin de cette publication. Étant donné qu'elle peut être considérée comme un recensement exhaustif de la population observée, elle ne risque pas de comporter des erreurs d'échantillonnage. Par contre, même les données publiées d'un recensement qui dénombre intégralement à chaque mois l'ensemble des points de vente connus des grands magasins peuvent être entachées d'erreurs. Celles-ci, dites non liées à l'échantillonnage, se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

Le champ couvert par l'enquête. L'erreur résulte d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

La réponse. Ici, l'erreur peut être attribuable à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou à des variations, d'un interviewer à l'autre dans le mode de communication retenu, lorsqu'il s'agit d'expliquer des questions et d'interpréter les réponses.

non-response error. Some respondents may refuse to answer questions, some are unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally increases with increases in the non-response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

processing error. These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc.

Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control so that their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates in this publication all attempts have been made to minimize the non-sampling errors: department store locations have been defined in a most precise manner; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations; detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; and every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response error.

Non-sampling Error Measures

One source of non-sampling error is the non-response error. Text Table I assists users in evaluating this error. Two response measures are derived, namely, the **response rate**, which is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication and the **response fraction**, which is a measure of the response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data.

The units used in the Department Store Sales and Stocks Survey for derivation of the response rate is based on (1) the survey - the 10 provinces, the two territories and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations and (2) the organizational unit - the department store firm (company) themselves. For example, a department store firm reporting for 20 stores in Ontario would be considered as one survey

La non-réponse. Certains enquêtés refusent de répondre, tandis que d'autres en sont incapables et encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur les non-répondants, lorsque celles-ci existent. On ne connaît généralement pas l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure qu'augmente le taux de non-réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

Le traitement. L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération et la totalisation.

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. En outre, il faut les cerner de sorte qu'elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. En ce qui concerne les estimations du présent bulletin, tout a été mis en oeuvre afin de minimiser ce genre d'erreurs. Ainsi, les points de vente des grands magasins ont été définis avec beaucoup de précision; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum le nombre d'interprétations éventuelles; les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; enfin, on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage

Parmi les erreurs non liées à l'échantillonnage, on retrouve l'erreur de non-réponse. Le tableau explicatif I donne deux mesures de la réponse qui aideront l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. Le **taux de réponse** représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication. La **fraction de réponse**, par contre, est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés.

Les unités utilisées pour calculer le taux de réponse de l'enquête sur les ventes et les stocks des grands magasins est fondée sur (1) les unités d'enquête - soit les 10 provinces, les deux territoires et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente et (2) les unités organisationnelles - les sociétés des grands magasins elles-mêmes. Par exemple, une société de grands magasins qui produit une déclaration pour 20 magasins en Ontario est considérée comme une unité d'en-

unit and one organizational unit while a firm reporting for five stores in Vancouver, 10 in British Columbia (excluding Vancouver) and two in Yukon would be considered as three survey units but only one organizational unit.

The data variables under consideration for derivation of the **response fraction** are sales, stocks and accounts receivable.

Text Table I gives the reliability of the survey data with respect to the non-response error. The response rate is given as the percentage of survey units and the corresponding organizational units which have responded in time for inclusion in this publication. The response fraction is given as the percentage of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores. For example, a cell of 20 organizational units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25% in terms of these units. If the five units represented \$8 million out of a published estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%. In cases such as these, the response rate alone would tend to underestimate the reliability of the estimate and both measures should be considered.

quête et une unité organisationnelle alors qu'une firme dont la déclaration porte sur cinq magasins à Vancouver, 10 en Colombie-Britannique (sauf Vancouver) et deux au Yukon représente trois unités d'enquête mais seulement une unité organisationnelle.

Les variables dont il faut tenir compte pour calculer la **fraction de réponse** sont les ventes, les stocks et les comptes à recevoir.

Le tableau explicatif I donne la fiabilité des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse. Le taux de réponse représente le pourcentage des unités d'enquête et des unités organisationnelles correspondantes qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans le présent bulletin. Par contre, la fraction de réponse constitue le pourcentage des données publiées qui sont fondées sur des renseignements effectivement déclarés par les grands magasins. Par exemple, le taux de réponse d'une cellule comportant 20 unités organisationnelles dont cinq répondent lors d'un mois donné atteindrait 25%. Cependant, si les cinq unités représentent \$8 millions sur l'estimation publiée de \$10 millions, la fraction de réponse s'élèverait à 80%. Comme le taux de réponse aurait, à lui seul, tendance à déprécier la fiabilité de l'estimation dans un tel cas, il faudrait tenir compte des deux unités de mesure.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1983
April

TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1983
Avril

	Response rate		Response fraction
	Taux de réponse		Fraction de réponse
	Survey units	Organizational units	
	Unités d'enquête	Unités organisationnelles	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	99.1	95.7	99.9
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	60.9	89.1
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	39.1	62.6
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	93.8	98.6

Seasonal Adjustment

Time series contain the elements essential to the description, explanation and forecasting of the behaviour of an economic phenomenon: "They are statistical records of the evolution of economic processes through time."(1) In using time series to observe economic activity, economists and statisticians have identified four characteristic behavioural components: the long-term movement or trend, the cycle, the seasonal (variations) and the irregular (fluctuations). These movements are caused by various economic, natural or institutional factors. The seasonal variations occur periodically on a more or less regular basis over the course of the year as a result of seasonal changes in weather, statutory holidays and other events which occur at fairly regular intervals and thus have a major impact on the rate of economic activity.

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X-11-ARIMA seasonal adjustment method(2) to seasonally adjust its time series. This method minimizes the impact of seasonal variations on the series and essentially consists of adding one year of raw data onto each end of the original series before it is seasonally adjusted per se. The estimated data are derived from forecasts and backcasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

The X-11 part of the X-11-ARIMA program uses primarily the ratio-to-moving average method to smooth the modified series and obtain a preliminary estimate of the trend-cycle, to calculate the ratios of the original series (fitted) to the estimates of the trend-cycle and to estimate the seasonal factors from these ratios. The final seasonal factors are produced only after these operations have been repeated several times.(3)

While seasonal adjustment permits a better understanding of the underlying trend-cycle of a series, the seasonally-adjusted series still contains an irregular component. Slight month-to-month variations in the seasonally adjusted series may be

Désaisonnalisation

Les séries temporelles ou chronologiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. "Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps"(1). L'observation par les économistes et les statisticiens de l'activité économique à l'aide des séries temporelles a donc permis de distinguer quatre composantes principales du comportement des séries temporelles: la tendance à long terme ou trend, le mouvement cyclique, les variations saisonnières et les fluctuations irrégulières ou accidentelles. Ces mouvements sont causés par différents facteurs, soit économiques, naturels ou institutionnels. Les variations saisonnières sont les fluctuations périodiques plus ou moins régulières qui se produisent au cours d'une année en raison du cycle météorologique normal, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles avec une certaine régularité pour influencer de façon significative le taux d'activité.

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et de produire une meilleure prédiction, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI(2) afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. Cette technique consiste essentiellement à ajouter une année de données brutes à chacune des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolations prospectives et retrospectives réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressifs à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

La partie X-11 du programme X-11-ARMMI fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série modifiée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, pour calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle et pour estimer les facteurs saisonniers à partir de ces dits rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises(3).

Bien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent n'être que de

1) "A Note on the Seasonal Adjustment of Economic Time Series," **Canada Statistical Review**, August 1974.

2) For further information see the **X-11-ARIMA Seasonal Adjustment Method**, by Estella Bee Dagum, Statistics Canada, Catalogue 12-564E, Occasional.

3) See next page.

(1) La désaisonnalisation des séries temporelles économiques: quelques remarques; tiré à part de la **Revue statistique du Canada**, Août 1974.

(2) Pour plus ample information voir la **méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI**, par Estella Bee Dagum, Statistique Canada, no. 12-564F au catalogue, hors série.

(3) Voir page suivante.

simple irregular movements; to get a better idea of the underlying trend, then, users must examine several months of seasonally adjusted series.

To assist the user, the Months of Cyclical Dominance number, MCD, is provided.(3) The MCD is the shortest monthly span for which a certain ratio becomes and remains less than one, that is, the ratio for which the absolute average percentage change of the trend-cycle of the seasonally adjusted series becomes greater than the absolute average percent change of the irregular component. The MCD can be interpreted as the number of months over which a change in the seasonally adjusted series must move in a given direction before one can be reasonably certain that the trend-cycle of that series also has moved in the given direction. Clearly small MCD's are desirable and indicative of a smooth series. Applying a moving average to the seasonally adjusted data of MCD length tends to smooth irregular movements which may obscure the underlying trend-cycle. The MCD moving average provides a method of reducing all types of series to approximately the same degree of smoothness whatever the size of the irregular component in the original series.

Constant Dollar Estimates

To obtain constant dollar estimates of total department store sales (Text Table II), estimates of sales by department group are deflated using department group implicit price indices supplied by the Industry Product Division of Statistics Canada. These deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars. The published price index is an implicit index calculated by dividing the total current dollar sales estimate by the total constant dollar sales estimate.

Data Confidentiality

Statistics Canada is prohibited by law from publishing any statistics which would divulge information relating to any identifiable business without the previous consent in writing of that business(4). The disclosure of data likely to reveal specific information on the activity of a particular company is therefore systematically and rigorously controlled and regulated to

simples mouvements irréguliers; pour avoir une meilleure idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

À cette fin, on retient l'usage des mois à dominance cyclique, ou MDC.(3) Il s'agit du plus petit nombre de mois pour lesquels un certain rapport devient et reste inférieur à l'unité; autrement dit, il s'agit de la période pendant laquelle le taux de variation moyen absolu de la tendance-cycle de la série désaisonnalisée est supérieur à celui de la composante irrégulière. Le MDC peut être considéré comme le nombre de mois que doit durer une variation de la série désaisonnalisée dans une direction donnée avant qu'on puisse être raisonnablement certain que la tendance-cycle de la série évolue dans la même direction. Ainsi, un MDC peu élevé est souhaitable puisqu'il indique la présence d'une série lisse. L'application d'une moyenne mobile aux données désaisonnalisées de période égale au MDC tend à lisser les mouvements irréguliers pouvant dissimuler la tendance-cycle fondamentale. La méthode de la moyenne mobile du MDC permet de réduire tous les genres de série à peu près au même niveau de lissage, quelle que soit la taille de la composante irrégulière dans la série initiale.

Estimations en dollars constants

Afin d'obtenir la valeur estimative de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants (tableau explicatif II), les estimations des ventes relatives aux principaux groupes de départements sont dégonflées au moyen des indices implicites de prix appropriés fournis par la Division du produit industriel de Statistique Canada. Les estimations de ces groupes de rayons ainsi dégonflées sont par la suite totalisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants. L'indice des prix qui est publié est un indice implicite obtenu en divisant le chiffre estimatif des ventes totales en dollars courants par l'estimation correspondante en dollars constants.

Confidentialité des données

La loi interdit à Statistique Canada de divulguer au grand public des données qui pourraient servir à identifier une entreprise ou certains de ses caractéristiques, sans avoir obtenu préalablement l'autorisation écrite de cette dernière(4). Ainsi, le dévoilement de données susceptibles de révéler des renseignements précis sur l'activité d'une entreprise particulière est systématiquement contrôlé suivant des dispositions

(3) See Tables 30 and 31.

(4) See Section 16 of the Statistics Act (Chapter 15), entitled "Secrecy".

(3) Voir les tableaux 30 et 31.

(4) Voir l'article 16, intitulée Secret, du chapitre 15 de la Loi sur la statistique.

TEXT TABLE II. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1981-1983

TABLEAU EXPLICATIF II. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1981-1983

Period	Price index	Current dollars unadjusted	Year/year per cent change	Constant 1971 dollars unadjusted	Year/year per cent change
Période	Indice des prix	Dollars courants non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1971 non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année
		'000	%	'000	%
1981:					
January - Janvier	185.2	643,821	+ 14.5	347,636	+ 4.0
February - Février	189.3	568,767	+ 9.1	300,458	- 0.7
March - Mars	190.0	688,718	+ 11.3	362,483	+ 2.0
April - Avril	192.1	793,595	+ 16.0	413,116	+ 6.4
May - Mai	193.5	822,881	+ 7.1	425,261	- 1.0
June - Juin	193.3	835,934	+ 20.8	432,454	+ 12.0
July - Juillet	193.2	757,743	+ 6.8	392,207	- 1.5
August - Août	195.2	786,492	+ 7.5	402,915	- 0.9
September - Septembre	195.7	848,390	+ 5.3	433,516	- 2.6
October - Octobre	198.1	892,549	+ 8.3	450,555	- 0.6
November - Novembre	199.0	1,036,498	+ 4.6	520,853	- 3.1
December - Décembre	198.1	1,542,685	+ 5.8	778,741	- 1.7
Year - Année	194.3	10,218,073	+ 9.1	5,260,195	+ 0.6
1982:					
January - Janvier	198.6	600,051	- 6.8	302,140	- 13.1
February - Février	204.8	578,049	+ 1.6	282,250	- 6.1
March - Mars	204.1	694,137	+ 0.8	340,097	- 6.2
April - Avril	206.4	788,971	- 0.6	382,253	- 7.5
May - Mai	208.5	813,933	- 1.1	390,376	- 8.2
June - Juin	207.4	790,853	- 5.4	381,318	- 11.8
July - Juillet	205.7	763,949	+ 0.8	371,390	- 5.3
August - Août	207.2	775,727	- 1.4	374,386	- 7.1
September - Septembre	205.2	861,179	+ 1.5	419,678	- 3.2
October - Octobre	208.1	859,187	- 3.7	412,872	- 8.4
November - Novembre	208.8	1,073,558	+ 3.6	514,156	- 1.3
December - Décembre	208.4	1,608,478	+ 4.3	771,822	- 0.9
Year - Année	206.5	10,208,072	- 0.1	4,942,738	- 6.0
1983:					
January - Janvier	206.6	623,426	+ 3.9	301,755	- 0.1
February - Février	213.2	604,104	+ 4.5	283,351	+ 0.4
March - Mars	211.9	787,578	+ 13.5	371,674	+ 9.3
April - Avril	215.4	775,268	- 1.7	359,920	- 5.8
May - Mai					
June - Juin					
July - Juillet					
August - Août					
September - Septembre					
October - Octobre					
November - Novembre					
December - Décembre					
Year - Année					

prevent the publication or disclosure of any information deemed confidential. The rules regarding the confidentiality of parts of the results of merchandising surveys are therefore applied in such a way that no data are shown for cells (or statistical units) composed of fewer than three companies or of three or more if these are dominated by one or two companies. Then, in the publication itself, the information is withheld on this designated cell by entering an "X" in the appropriate boxes.

Another way of preserving data confidentiality without having to enter an "X" is to combine (consolidate) the information from selected regions (or selected cells) for the same item. The data in question can then simply be aggregated and published in a less detailed, but still confidential, form. For example, in many cases the data for the Northwest Territories and the Yukon are included with the British Columbia data.

The rigorous application of these rules preserves the confidentiality of the information and ultimately has little effect on the dissemination of merchandising survey results.

Explanatory Notes

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios(5) are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stocks ratios(6) are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the January issue of this publication.

(5) See Table 26.
(6) See Table 27.

strictes de telle sorte qu'aucun renseignement jugé secret ne soit publié ou divulgué. L'application des règles sur le caractère secret d'une partie des résultats des enquêtes sur le commerce s'établit donc de manière à ce qu'aucune donnée ne soit révélée pour des cellules (ou unités statistiques) composées de moins de trois compagnies, ou encore de trois ou plus lorsque celles-ci sont dominées par une ou deux compagnies. Par la suite l'information concernant ces cellules est dissimulée en inscrivant un X aux différents postes visés dans la publication.

Une autre façon de préserver le caractère confidentiel de l'information sans pour autant avoir à mettre des "X", consiste à grouper (consolider) pour certaines régions (ou certaines cellules) l'information d'un même poste. Il suffit alors d'agréger les données visées et de les présenter sous une forme moins détaillée mais qui respecte la consigne de confidentialité. Par exemple dans bien des cas, les données relatives aux Territoires du Nord-Ouest et du Yukon sont incluses avec celles de la Colombie-Britannique.

Ainsi, par l'application rigoureuse de ces règles, le caractère privé de l'information est préservé et n'affecte que très marginalement en fin de compte la diffusion des résultats des enquêtes sur le commerce.

Notes explicatives

Les variations des ventes en pourcentage donnée dans la présente publication est fondée sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elle tient compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elle ne se limite pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient les ratios stocks-ventes(5) en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient les ratios ventes-stocks(6) en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement.

La liste de référence des marchandises, qui décrit en détail les produits de chacun des rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de janvier.

(5) Voir tableau 26.
(6) Voir tableau 27.

Revisions to department store sales and stocks are published yearly in the March issue of this publication. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The number of shopping days that this publication is based on varies from month to month. See Text Table III for the number of shopping days the current publication is based on.

Les chiffres révisés des ventes et des stocks des grands magasins sont publiés chaque année dans le numéro de mars du présent bulletin. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Le tableau explicatif III donne le nombre de jours pour la période la plus récente.

TEXT TABLE III. Number of Shopping Days, by Month, 1982 and 1983

TABLEAU EXPLICATIF III. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1982 et 1983

	1983		1982	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	25	4	25	5
February - Février	24	4	24	4
March - Mars	27	4	27	4
April - Avril	25	5	25	4
May - Mai	25	4	26	5
June - Juin	26	4	26	4
July - Juillet	25	5	26	5
August - Août	26	4	26	4
September - Septembre	25	4	25	4
October - Octobre	25	5	25	5
November - Novembre	26	4	26	4
December - Décembre	26	5	26	3

Chart — 1

Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981 – 1983

Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1981 – 1983

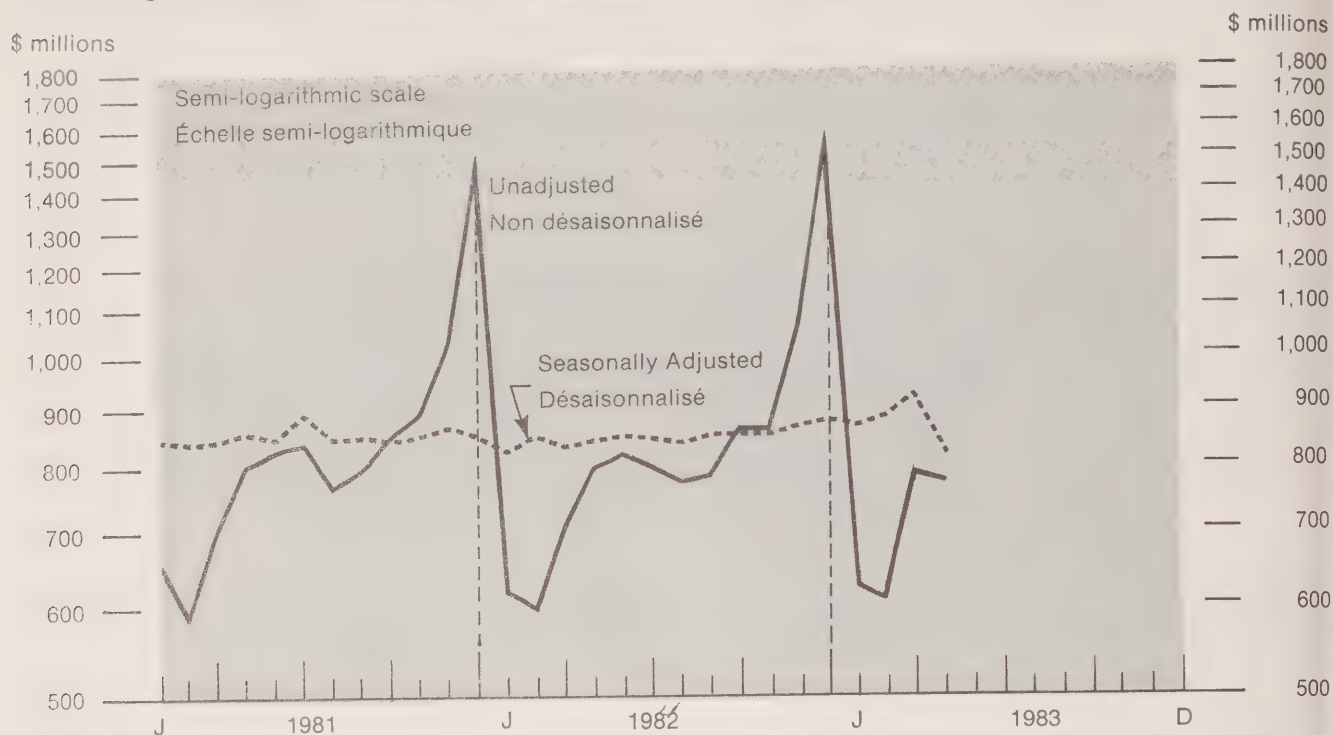


Chart — 2

Graphique — 2

Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981 – 1983

Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1981 – 1983

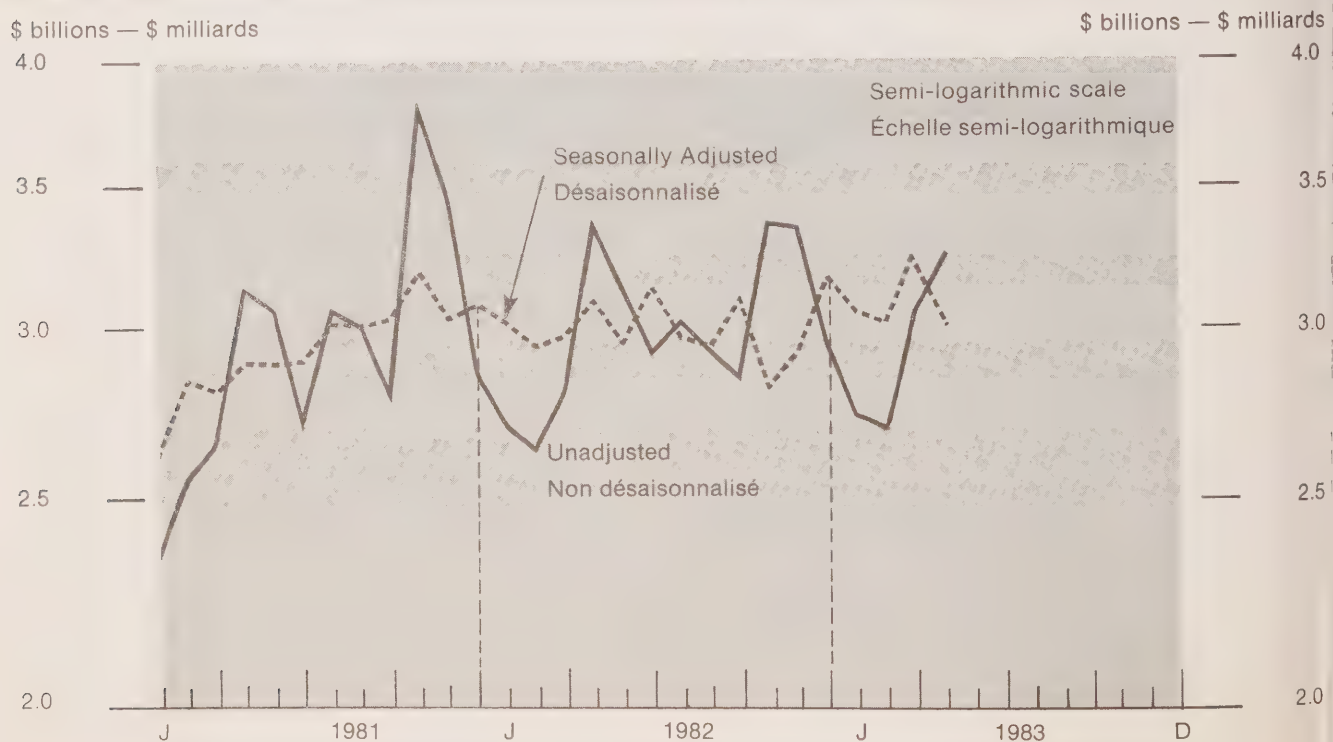


Chart — 3

Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1981 – 1983

Graphique — 3

Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1981 – 1983

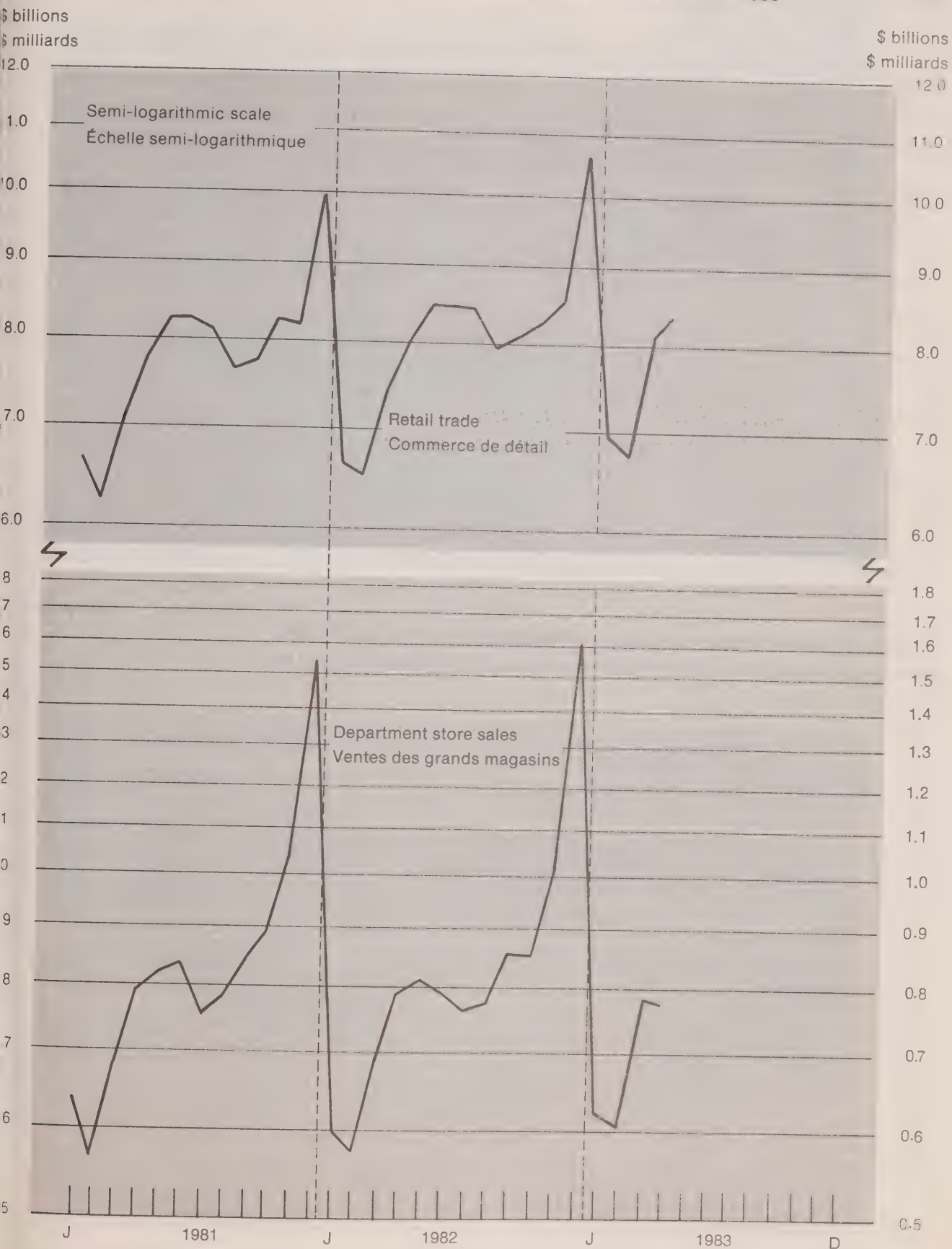
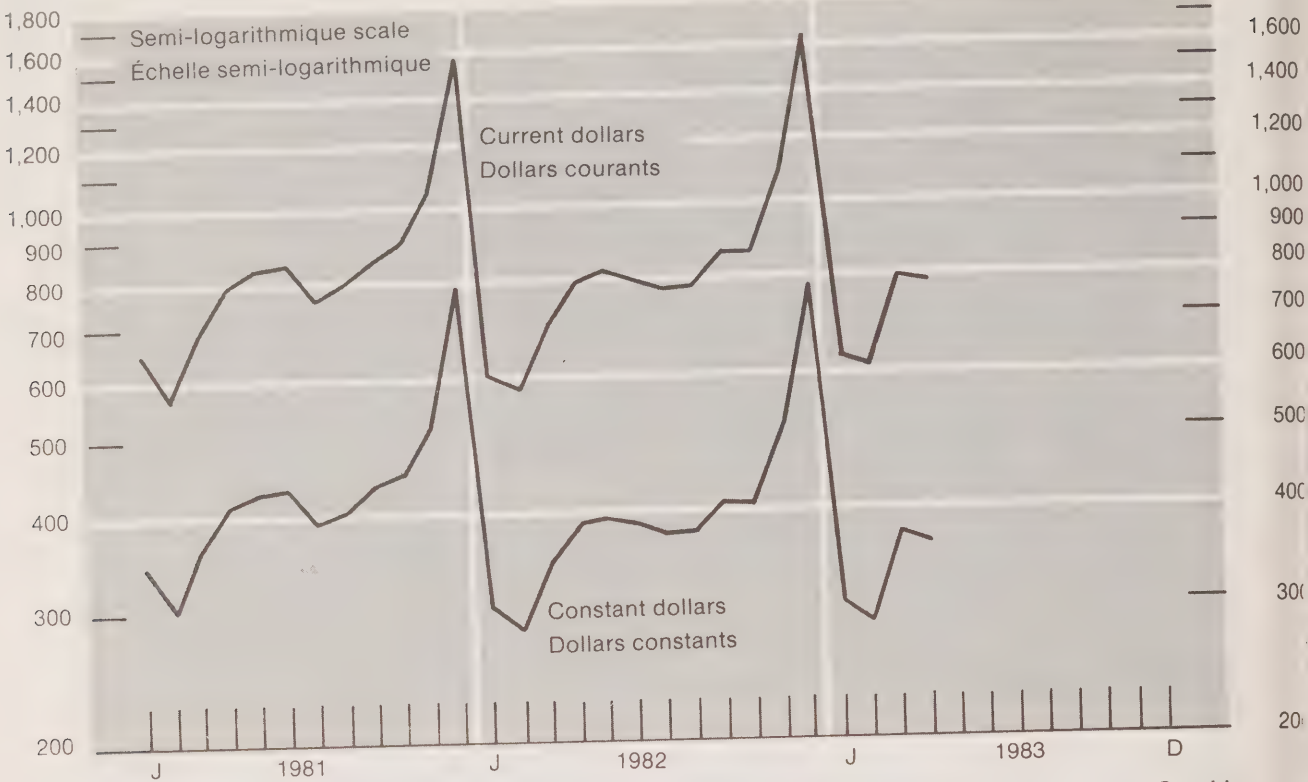


Chart — 4

Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1981 – 1983
Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1981 – 1983

\$ millions

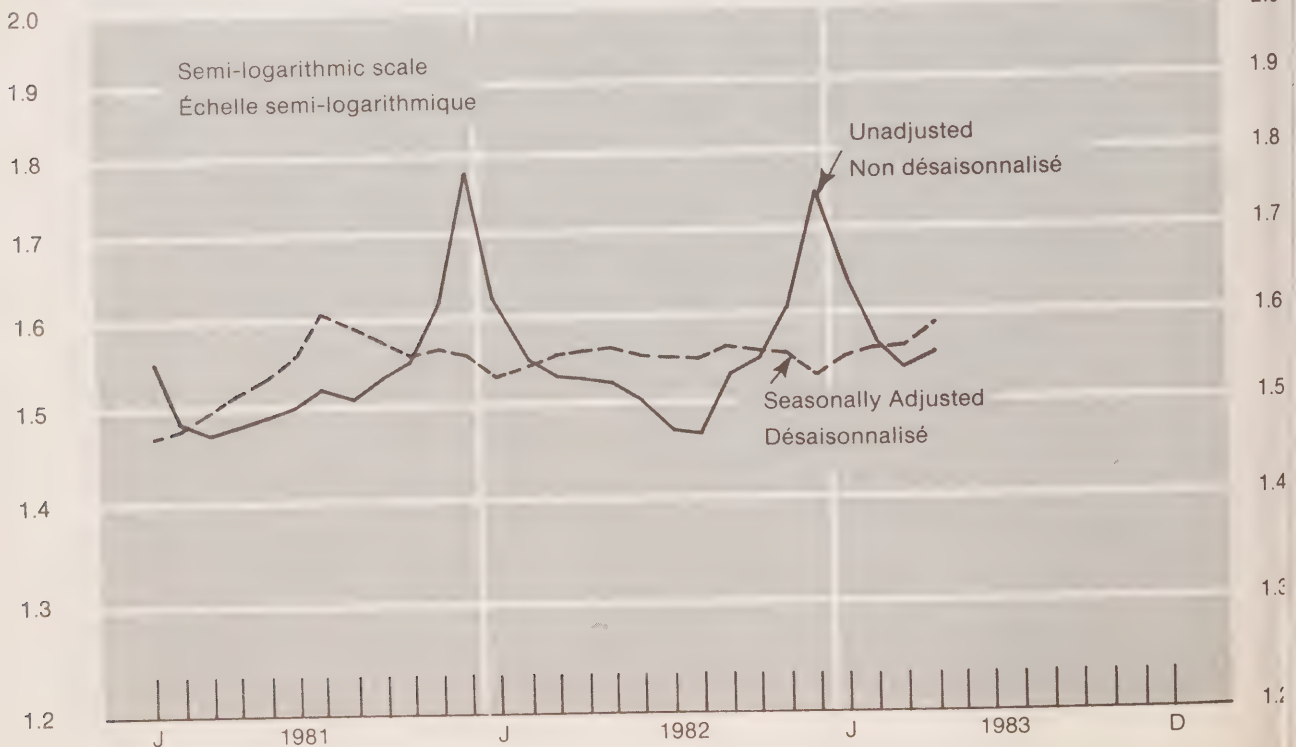


Graphique — 4

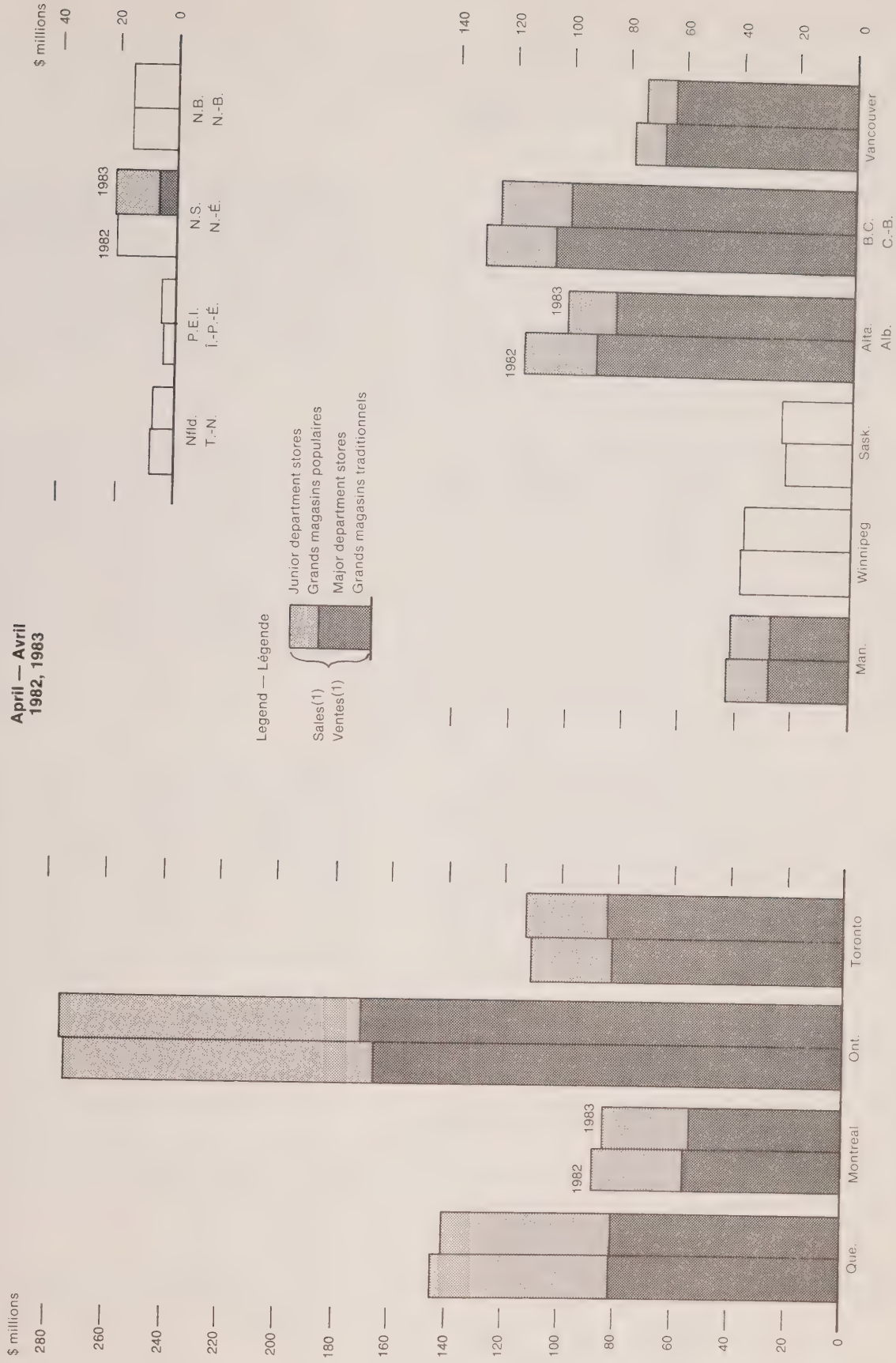
Chart — 5

Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1981 – 1983
Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981 – 1983

\$ milliards - \$ billions



Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization
Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisations



(1) For reasons of confidentiality, the split between the two groups (Major-Junior) is not shown for some regions.
(1) Pour des raisons de confidentialité, nous ne mentionnons pas pour certaines régions la subdivision en deux groupes (Traditionnels-Populaires).

HIGHLIGHTS

Department stores sales, seasonally adjusted, were 11.9% lower in April 1983 than in March 1983 and totalled \$818.3 million. Compared to the previous month, only furs had higher sales (+ 14.0%) while the other 39 departments showed decreased sales. Girls' and teenage girls' wear (- 29.2%), men's and boys' footwear (- 23.1%), and toys and games (- 22.2%) recorded the largest decreases.

Total department store sales for April 1983, without adjustment for seasonal variations, were \$775.3 million, down 1.7% from April 1982. Among the 24 departments registering decreased sales, girls' and teenage girls' wear (- 18.4%), infants' and children's wear and nursery equipment (- 15.8%) and piece goods (- 13.1%) showed the largest drops, while the largest increases were reported by furs (+ 31.2%), repairs and services (+ 21.4%) and linens and domestics (+ 13.1%).

Six provinces and the Yukon and Northwest Territories showed decreased department store sales compared to a year earlier. The decreases ranged from 11.9% in the Yukon and Northwest Territories to 0.4% in New Brunswick. The gains in sales ranged from 8.7% in Saskatchewan to 0.5% in Ontario. Of the ten metropolitan areas covered by this survey, the largest sales decrease was in Calgary (- 9.6%) while the largest increase was in Halifax-Dartmouth (+ 9.9%).

Total sales by major department store organizations decreased 1.4% from the same period last year to \$496.5 million while junior department store organizations sales were 2.4% lower with \$278.8 million.

Cumulative sales for the first four months of 1983, increased 4.9% over the same period last year and reached \$2,790.4 million.

The retail value of stocks held in April 1983 by department store organizations, not seasonally adjusted, decreased 2.2% compared

POINTS SAILLANTS

Les ventes désaisonnalisées des grands magasins ont diminué de 11.9% de mars à avril 1983 pour totaliser \$818.3 millions. Par rapport au mois précédent le rayon de fourrures est le seul rayon où on a signalé une hausse des ventes (+ 14.0%), tandis que les 39 autres rayons visés par l'enquête ont indiqué des baisses des ventes. Les plus fortes diminutions des ventes ont été enregistrées pour les rayons de vêtements de fillettes et d'adolescentes (- 29.2%), de chaussures pour hommes et garçons (- 23.1%) et de jouets et jeux (- 22.2%).

Le total des ventes non désaisonnalisées des grands magasins pour le mois d'avril 1983 a été 1.7% inférieur au total des ventes du même mois l'an passé, pour se chiffrer à \$775.3 millions. Des 24 rayons rapportant des baisses de leurs ventes, les chutes les plus notables ont été constatées pour les rayons de vêtements de fillettes et d'adolescentes (- 18.4%), de vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants (- 15.8%) et de tissus à la pièce (- 13.1%). Les hausses les plus appréciables ont été enregistrées pour les rayons de fourrures (+ 31.2%), de services et travaux de réparation (+ 21.4%) et de literie et linge de maison (+ 13.1%).

Six provinces et le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest ont indiqué les baisses de leurs ventes variant de 11.9% au Yukon et les Territoires du Nord-Ouest à 0.4% au Nouveau-Brunswick. Les hausses ont varié de 8.7% en Saskatchewan à 0.5% en Ontario. Des dix régions métropolitaines visées par cette enquête, la baisse des ventes la plus notable a été enregistrée à Calgary (- 9.6%) tandis que la hausse des ventes la plus appréciable a été notée à Halifax-Dartmouth (+ 9.9%).

Les ventes des organisations de grands magasins traditionnels ont diminué de 1.4% par rapport à l'année passée pour atteindre \$496.5 millions alors que celles des organisations de grands magasins populaires ont baissé de 2.4 pour totaliser \$278.8 millions.

Les ventes cumulatives pour les quatre premiers mois de 1983 ont dépassé de 4.9% celles enregistrées au cours de la période correspondante l'an passé et ont atteint \$2,790.4 millions.

La valeur marchande, non-désaisonnalisée, des stocks détenus par les organisations de grands magasins en avril 1983 a été de \$3,261.6

to the same month a year earlier to total \$3,261.6 million. The seasonally adjusted value of total stocks in April was 7.7% lower than in March 1983 at \$3,003.6 million.

In April 1983, there were 796 retail locations operated by department stores, the same number as in March 1983, but 4 stores more than in April 1982. Of this number, 334 stores were operated by major department store organizations and 462 by junior department store organizations.

In relation to total retail trade, department store sales in April 1983 accounted for 10.8% of all retail sales, up 5.9% from the market share of 10.2% calculated for the previous year.

millions, soit 2.2% de moins qu'en avril 1982. La valeur désaisonnalisée du niveau des stocks a quant à elle reculé de 7.7% par rapport au mois précédent pour se chiffrer à \$3,003.6 millions.

On a dénombré 796 points de vente au détail exploités par les grands magasins en avril 1983, soit le même nombre qu'au mois de mars 1983 et 4 de plus qu'en avril 1982. De ce nombre, 334 étaient exploités par des organisations de grands magasins traditionnels et 462, par les organisations de grands magasins populaires.

Les ventes des grands magasins ont compté pour 10.8% de l'ensemble du commerce de détail en avril 1983, soit une hausse de 5.9% par rapport à la part du marché en avril 1982 (10.2%).

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983

No.	Department	1983				1982			
		January	February	March	April	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Avril	Mai	Juin	Juillet
		thousands of dollars				milliers de dollars			
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	8,000	9,881	13,471	16,112	17,544	21,006	17,781	15,449
2	Women's and misses' coats and suits	10,723	10,458	15,580	14,203	14,411	7,272	5,606	6,852
3	Women's and misses' sportswear	28,150	33,825	46,361	45,564	45,783	51,250	43,753	42,244
4	Furs	4,549	3,129	2,185	888	677	590	598	1,743
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	16,675	16,265	21,393	20,181	23,968	21,779	19,955	20,556
6	Girls' and teenage girls' wear	8,145	10,262	17,871	13,778	16,877	15,663	13,791	13,197
7	Lingerie and women's sleepwear	10,209	11,139	13,859	14,299	15,061	16,230	14,973	15,374
8	Intimate apparel	7,304	6,903	9,839	10,031	9,804	10,047	9,783	9,309
9	Millinery	1,248	1,014	996	1,265	1,171	977	899	938
10	Women's and girls' hosiery	8,084	7,388	10,198	10,279	10,264	9,312	8,232	6,874
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	8,462	8,016	11,913	12,530	12,745	12,533	10,828	9,478
12	Women's, misses' and children's footwear	13,164	13,026	21,320	22,975	24,847	24,920	21,959	17,549
13	Men's clothing	20,728	20,022	33,035	30,355	32,784	32,032	34,826	24,911
14	Men's furnishings	22,542	22,525	32,921	31,197	30,477	32,312	41,503	31,427
15	Boys' clothing and furnishings	6,444	6,563	10,928	11,588	12,045	10,714	9,943	8,912
16	Men's and boys' footwear	8,868	9,036	14,514	14,667	15,961	15,859	15,138	11,611
17	Food and kindred products	47,381	58,103	56,030	56,437	59,797	57,701	49,615	50,750
18	Toiletries, cosmetics and drugs	37,336	37,530	44,134	43,159	41,137	40,356	40,376	40,738
19	Photographic equipment and supplies	9,261	8,365	10,481	10,264	11,148	11,072	13,662	13,725
20	Piece goods	3,456	3,554	4,753	4,123	4,744	4,574	4,032	3,587
21	Linens and domestics	28,304	16,064	22,030	22,807	20,173	21,348	24,821	26,568
22	Smallwares and notions	9,028	7,082	7,891	7,292	7,703	6,340	6,492	6,864
23	China and glassware	7,526	8,433	11,208	8,917	9,952	10,871	9,511	10,006
24	Floor coverings	9,403	9,453	13,007	11,602	11,792	11,359	11,545	11,687
25	Draperies, curtains and furniture coverings	10,267	10,307	13,881	14,587	14,920	14,650	15,852	15,151
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6,757	5,517	8,098	7,082	6,769	7,146	7,114	7,634
27	Furniture	38,133	30,277	42,496	36,181	36,501	40,673	39,420	43,652
28	Major appliances	33,665	27,750	36,223	32,836	31,587	32,570	35,561	41,539
29	Television, radio and music	35,142	28,086	37,902	29,958	28,069	25,112	27,431	30,261
30	Housewares and small electrical appliances	25,485	29,189	27,641	30,264	29,431	32,109	30,958	32,524
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	17,735	16,407	21,138	24,991	26,241	35,738	30,697	26,756
32	Plumbing, heating and building materials	7,215	7,741	8,596	10,769	10,662	12,883	10,981	11,770
33	Jewellery	9,595	11,087	15,406	15,614	16,773	18,061	17,438	16,692
34	Toys and games	8,046	9,298	13,446	14,515	14,034	11,815	12,317	13,444
35	Sporting goods and luggage	18,064	14,512	20,091	24,452	28,020	35,171	36,284	31,763
36	Stationery, books and magazines	19,259	19,368	24,920	22,491	20,075	19,706	20,582	19,923
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	12,734	11,080	15,085	16,239	18,147	17,781	18,018	18,427
38	Meals and lunches	18,021	16,954	20,384	19,454	19,498	19,119	19,656	19,656
39	Repairs and services	7,763	8,193	10,091	9,431	7,771	7,424	7,121	6,497
40	All other departments	20,555	20,302	26,262	31,891	29,608	37,858	31,801	27,911
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	623,426	604,104	787,578	775,268	788,971	813,933	790,853	763,949

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1982							Rayon	No
Change - Variation								
August	September	October	November	December	April/ March 1983	April 1983/1982		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Avril/ mars 1983	Avril 1983/1982		
thousands of dollars								
milliers de dollars							per cent	
							pourcentage	
14,718	16,227	15,276	18,151	23,253	+ 19.6	- 8.2	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
16,926	17,648	23,113	25,071	22,116	- 8.8	- 1.4	formes pour dames et jeunes filles	2
43,798	57,256	44,244	51,645	69,090	- 1.7	- 0.5	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	3
1,743	2,674	4,132	5,917	6,303	- 59.4	+ 31.2	filles	4
25,308	24,475	25,038	27,165	37,027	- 5.7	- 15.8	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	5
							Fourrures	6
							Vêtements pour bébés et enfants et articles	7
							de chambres d'enfants	8
22,913	18,303	14,990	19,628	26,576	- 22.9	- 18.4	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	9
13,058	16,874	16,919	25,027	45,884	+ 3.2	- 5.1	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	10
9,336	10,658	8,922	10,595	14,406	+ 2.0	+ 2.3	Sous-vêtements	11
978	1,584	2,193	3,504	4,528	+ 27.0	+ 8.0	Chapeaux	12
8,178	12,646	11,810	13,049	18,176	+ 0.8	+ 0.1	Bas pour dames et fillettes	13
10,543	15,644	15,526	22,465	36,331	+ 5.2	- 1.7	Gants, moufles et articles de parure pour	14
22,023	28,574	26,119	31,052	30,873	+ 7.8	- 7.5	dames et fillettes	15
27,987	38,629	36,168	50,614	66,262	- 8.1	- 7.4	Chaussures pour dames, jeunes filles et	16
32,121	39,796	37,995	57,827	110,234	- 5.2	+ 2.4	enfants	17
17,856	11,931	11,555	14,678	24,023	+ 6.0	- 3.8	Vêtements pour hommes	18
							Articles d'habillement pour hommes	19
							Vêtements et articles d'habillement pour	20
							garçons	
13,385	17,166	15,228	20,556	24,274	+ 1.1	- 8.1	Chaussures pour hommes et garçons	21
56,782	49,303	54,758	67,523	81,194	+ 0.7	- 5.6	Produits alimentaires et connexes	22
40,400	41,750	45,954	56,485	110,167	- 2.2	+ 4.9	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	23
							caments	24
13,203	12,750	12,113	15,643	32,585	- 2.1	- 7.9	Appareils et fournitures photographiques	25
4,435	5,491	5,524	5,561	4,666	- 13.3	- 13.1	Tissus à la pièce	26
24,417	28,310	25,651	27,882	43,982	+ 3.5	+ 13.1	Literie et linge de maison	27
7,498	10,608	9,814	10,960	12,620	- 7.6	- 5.3	Menus articles	28
9,216	12,425	10,762	16,440	35,009	- 20.4	- 10.4	Porcelaine et verrerie	29
10,399	11,558	13,841	14,117	11,645	- 10.8	- 1.6	Revêtements de plancher	30
13,148	13,458	14,406	16,323	18,340	+ 5.1	- 2.2	Tentures, rideaux et housses	31
7,202	8,516	8,908	12,727	21,127	- 12.5	+ 4.6	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	32
							d'ameublement pour la maison	33
35,421	38,375	39,213	40,459	42,085	- 14.9	- 0.9	Meubles	34
32,335	38,400	40,446	42,784	43,480	- 9.4	+ 4.0	Gros appareils ménagers	35
30,750	42,890	37,668	50,778	80,007	- 21.0	+ 6.7	Télévision, radio et musique	36
30,419	31,966	35,420	43,025	79,674	+ 9.5	+ 2.8	Articles de ménage et petits appareils élec-	37
							triques	38
22,921	23,160	27,832	25,786	35,503	+ 18.2	- 4.8	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	39
							etc.	40
8,851	9,471	10,139	10,333	12,214	+ 25.3	+ 1.0	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	41
							truction	42
15,875	21,379	17,987	27,977	65,752	+ 1.4	- 6.9	Bijouterie	43
12,188	12,368	20,835	44,461	80,677	+ 8.0	+ 3.4	Jouets et jeux	44
23,750	23,490	20,627	27,706	50,879	+ 21.7	- 12.7	Articles de sport et valises	45
27,685	27,369	22,381	32,892	68,147	- 9.7	+ 12.0	Papeterie, livres et revues	46
15,974	15,262	19,495	22,207	22,701	+ 7.6	- 10.5	Essence, huile, accessoires d'automobile,	47
							réparation et fournitures	48
19,627	19,986	20,067	23,939	32,413	- 4.6	- 0.2	Repas et casse-croûtes	49
6,789	7,409	8,984	11,908	13,405	- 6.5	+ 21.4	Services et travaux de réparation	50
25,571	25,400	27,134	28,698	50,850	+ 21.4	+ 7.7	Tous autres rayons	51
75,727	861,179	859,187	1,073,558	1,608,478	- 1.6	- 1.7	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

TABLE 2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983(1)

TABLE 2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982-1983		1983				1982			
		January	February	March	April	April	May	June	
Department		Janvier	Février	Mars	Avril	Avril	Mai	Juin	
No.		thousands of dollars							
		milliers de dollars							
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	14,131	15,198	15,564	14,295	15,947	16,139	15,694	
2	Women's and misses' coats and suits	14,489	14,848	15,034	14,457	14,726	13,902	13,743	
3	Women's and misses' sportswear	47,558	52,614	52,261	44,194	45,730	47,092	45,011	
4	Furs	2,844	2,872	2,827	3,224	2,865	3,207	3,010	
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	24,337	23,921	24,655	19,342	23,285	23,561	22,627	
6	Girls' and teenage girls' wear	16,326	16,585	19,204	13,604	16,648	16,890	15,919	
7	Lingerie and women's sleepwear	18,785	18,558	18,861	16,697	17,594	17,104	17,147	
8	Intimate apparel	9,707	9,798	10,348	9,298	9,203	9,325	8,846	
9	Millinery	1,690	1,781	1,711	1,704	1,596	1,583	1,515	
10	Women's and girls' hosiery	10,141	10,280	10,967	9,647	9,587	9,663	9,724	
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	14,824	14,328	15,459	14,024	14,349	14,102	13,435	
12	Women's, misses' and children's footwear	22,540	23,396	23,283	20,550	22,621	23,751	22,663	
13	Men's clothing	33,241	33,802	36,438	32,573	35,775	36,483	35,428	
14	Men's furnishings	39,818	41,650	47,138	39,853	39,141	40,569	39,941	
15	Boys' clothing and furnishings	12,164	12,228	13,496	11,410	12,028	12,274	12,111	
16	Men's and boys' footwear	14,571	15,047	17,403	13,387	14,739	15,353	14,706	
17	Food and kindred products	57,024	58,483	61,248	53,950	56,342	56,503	56,581	
18	Toiletries, cosmetics and drugs	49,914	49,928	51,807	47,313	45,609	44,162	45,923	
19	Photographic equipment and supplies	13,569	14,115	14,264	12,605	13,753	13,208	13,653	
20	Piece goods	4,179	4,147	4,287	3,809	4,475	4,564	4,443	
21	Linens and domestics	27,485	26,588	28,042	27,525	24,126	23,834	25,882	
22	Smallwares and notions	8,512	8,369	8,603	7,955	8,392	8,302	8,487	
23	China and glassware	11,784	13,897	14,421	11,396	12,666	12,384	11,515	
24	Floor coverings	11,671	11,499	12,990	11,636	11,763	11,339	11,789	
25	Draperies, curtains and furniture coverings	13,934	15,198	14,479	13,587	14,079	14,248	14,579	
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	9,074	8,578	9,710	8,441	8,081	8,757	8,730	
27	Furniture	38,614	39,805	44,010	38,671	39,380	38,266	37,940	
28	Major appliances	36,204	38,211	39,775	35,789	34,740	33,312	34,591	
29	Television, radio and music	39,857	40,522	43,772	37,650	35,375	33,896	36,106	
30	Housewares and small electrical appliances	37,366	39,460	37,807	34,890	34,137	33,437	34,562	
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	24,529	24,300	26,413	23,477	25,284	28,811	26,470	
32	Plumbing, heating and building materials	10,650	11,064	10,034	9,499	9,401	10,244	9,229	
33	Jewellery	21,132	21,124	21,294	19,765	21,290	20,650	20,480	
34	Toys and games	23,283	24,034	27,430	21,333	20,859	19,981	21,354	
35	Sporting goods and luggage	25,288	25,712	27,677	24,010	27,813	30,445	29,264	
36	Stationery, books and magazines	26,292	27,449	33,459	28,351	25,288	24,677	25,488	
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	17,265	16,269	17,028	15,861	17,414	18,064	17,741	
38	Meals and lunches	21,168	20,986	20,920	20,371	20,496	20,202	20,284	
39	Repairs and services	9,267	10,150	10,372	10,069	8,146	7,932	7,376	
40	All other departments	29,940	29,600	31,013	28,568	26,557	28,352	28,692	
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	865,148	884,731	928,419	818,311	841,072	848,839	842,160	

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1982 et 1983(1)

1982						Change - Variation			
July	August	September	October	November	December	April/ March 1983	Rayon		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Avril/ mars 1983			
Thousands of dollars						per cent			
milliers de dollars						pourcentage			
15,672	16,056	16,052	16,124	16,607	16,309	- 8.2	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles		1
14,357	15,366	13,751	13,959	16,531	14,111	- 3.8	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles		2
45,983	45,511	45,353	43,322	44,475	46,435	- 15.4	Vêtements sport pour dames et jeunes filles		3
3,353	2,168	2,799	3,154	3,153	2,661	+ 14.0	Fourrures		4
22,438	24,183	22,348	22,610	23,068	23,259	- 21.5	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants		5
16,078	16,230	15,796	15,473	16,227	16,721	- 29.2	Vêtements de fillettes et d'adolescentes		6
16,764	17,861	18,020	18,209	17,777	17,801	- 11.5	Lingerie et vêtements de nuit pour dames		7
9,248	9,710	10,096	9,921	10,509	10,161	- 10.1	Sous-vêtements		8
1,572	1,642	1,679	1,583	1,701	1,725	- 0.4	Chapeaux		9
9,639	10,173	10,759	10,474	11,128	10,704	- 12.0	Bas pour dames et fillettes		10
13,671	14,111	14,434	14,700	14,907	14,783	- 9.3	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes		11
22,466	22,482	22,750	21,738	24,598	22,882	- 11.7	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants		12
34,600	34,026	35,024	32,912	35,017	34,576	- 10.6	Vêtements pour hommes		13
40,400	43,527	42,108	39,928	38,775	40,957	- 15.5	Articles d'habillement pour hommes		14
11,461	12,779	11,307	11,513	12,135	12,112	- 15.5	Vêtements et articles d'habillement pour garçons		15
14,004	14,755	14,816	13,784	16,922	15,159	- 23.1	Chaussures pour hommes et garçons		16
56,575	56,996	56,332	57,463	57,045	57,362	- 11.9	Produits alimentaires et connexes		17
46,194	47,292	47,168	48,609	48,701	49,362	- 8.7	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments		18
13,391	13,565	13,681	13,657	13,591	13,602	- 11.6	Appareils et fournitures photographiques		19
4,653	4,759	4,727	4,623	4,591	4,857	- 11.2	Tissus à la pièce		20
24,062	25,317	25,279	25,598	25,924	26,751	- 1.8	Literie et linge de maison		21
8,158	8,777	8,826	8,576	9,095	8,491	- 7.5	Menus articles		22
12,127	12,489	12,647	12,778	12,014	12,561	- 21.0	Porcelaine et verrerie		23
11,468	11,346	11,317	11,843	11,501	11,196	- 10.4	Revêtements de plancher		24
13,483	13,892	13,124	13,611	14,402	15,668	- 6.2	Tentures, rideaux et housses		25
8,652	8,725	8,681	9,122	9,163	9,294	- 13.1	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison		26
36,196	36,988	36,888	39,663	38,800	40,930	- 12.1	Meubles		27
33,929	33,432	35,526	37,364	42,064	38,009	- 10.0	Gros appareils ménagers		28
35,350	35,610	38,222	36,677	38,252	38,184	- 14.0	Télévision, radio et musique		29
33,461	34,623	34,655	38,121	34,963	35,896	- 7.7	Articles de ménage et petits appareils élec- triques		30
25,849	25,912	24,870	25,741	25,158	25,164	- 11.1	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.		31
10,277	9,522	9,627	9,142	10,180	12,085	- 5.3	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction		32
22,012	21,288	21,284	21,690	20,174	21,202	- 7.2	Bijouterie		33
20,429	20,770	20,576	20,847	18,941	21,254	- 22.2	Jouets et jeux		34
28,051	27,951	27,915	26,240	25,905	26,233	- 13.2	Articles de sport et valises		35
25,754	26,301	25,600	25,839	26,065	28,149	- 15.3	Papeterie, livres et revues		36
18,129	17,223	17,084	16,541	17,430	16,424	- 6.9	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures		37
20,115	20,336	20,707	19,945	21,236	22,091	- 2.6	Repas et casse-croûtes		38
7,078	7,666	7,745	8,301	8,564	10,128	- 2.9	Services et travaux de réparation		39
28,490	28,849	29,837	30,129	29,896	30,492	- 7.9	Tous autres rayons		40
833,862	850,107	850,465	850,418	865,697	876,476	- 11.9	TOTAL, TOUS RAYONS		41

(1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983

Province	1983				1982			
	January	February	March	April	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Avril	Mai	Juin	Juillet
	thousands of dollars - milliers de dollars							
No.								
1 Newfoundland	5,973	6,167	9,133	8,381	9,298	10,060	9,668	9,433
2 Prince Edward Island	4,088	3,308	4,039	4,575	4,285	4,446	4,797	6,030
3 Nova Scotia	15,152	14,552	21,368	20,965	20,455	20,369	20,303	19,946
4 New Brunswick	11,285	11,429	15,670	16,565	16,625	17,813	17,440	16,853
5 Quebec	113,689	105,666	137,559	141,986	145,398	151,875	135,940	134,696
6 Ontario	220,389	209,538	273,189	276,641	275,261	289,219	277,394	268,605
7 Manitoba	30,338	30,908	43,142	41,974	43,247	43,038	40,902	41,294
8 Saskatchewan	18,851	18,137	25,262	24,875	22,876	23,277	22,476	22,961
9 Alberta	92,346	92,023	117,900	110,899	117,352	118,905	121,211	111,068
10 British Columbia	109,447	110,510	137,672	126,114	131,572	131,994	137,502	130,142
11 Yukon and Northwest Territories	1,868	1,866	2,645	2,293	2,602	2,938	3,220	2,922
12 CANADA	623,426	604,104	787,578	775,268	788,971	813,933	790,853	763,945

TABLE 4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983				1982			
	January	February	March	April	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Avril	Mai	Juin	Juillet
	thousands of dollars - milliers de dollars							
No.								
1 Calgary	35,506	35,568	45,673	42,727	47,244	47,713	48,110	44,300
2 Edmonton	42,323	41,986	53,130	49,747	54,107	54,417	54,215	49,500
3 Halifax-Dartmouth	8,865	8,301	12,425	12,190	11,094	10,412	10,004	9,500
4 Hamilton	16,494	15,417	20,012	20,178	21,197	21,757	20,499	19,800
5 Montreal	69,878	64,081	81,508	85,084	88,836	89,527	79,362	78,700
6 Ottawa-Hull	27,571	24,135	34,541	32,815	33,061	34,977	32,654	31,000
7 Quebec City	15,486	13,658	19,417	20,538	18,963	21,038	19,196	18,000
8 Toronto	91,876	86,317	110,184	112,661	111,484	113,817	110,588	106,000
9 Vancouver	66,859	67,579	82,773	74,498	78,807	80,477	80,841	76,000
10 Winnipeg	27,586	28,058	39,236	38,113	39,272	38,966	36,918	37,000

TABLEAU 3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1982 et 1983

1982					Change - Variation		Province	Nº
August	September	October	November	December	April/ March 1983	April 1983/1982		
août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Avril/ mars 1983	Avril 1983/1982		
Thousands of dollars - milliers de dollars								
10,021	9,903	11,067	13,775	19,875	- 8.2	- 9.9	Terre-Neuve	1
5,098	5,230	5,087	6,019	9,477	+ 13.3	+ 6.8	Île-du-Prince-Édouard	2
21,808	22,345	23,885	32,319	51,652	- 1.9	+ 2.5	Nouvelle-Écosse	3
16,964	17,601	19,217	25,692	36,671	+ 5.7	- 0.4	Nouveau-Brunswick	4
42,459	148,921	154,748	178,929	280,436	+ 3.2	- 2.3	Québec	5
72,438	305,940	302,675	387,576	598,421	+ 1.3	+ 0.5	Ontario	6
40,344	46,588	44,257	57,953	80,873	- 2.7	- 2.9	Manitoba	7
22,792	25,635	25,662	34,468	47,067	- 1.5	+ 8.7	Saskatchewan	8
14,077	125,582	127,275	158,132	218,739	- 5.9	- 5.5	Alberta	9
26,885	150,477	142,202	175,741	260,278	- 8.4	- 4.1	Colombie-Britannique	10
2,841	2,958	3,112	2,954	4,990	- 13.3	- 11.9	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
75,727	861,179	859,187	1,073,558	1,608,478	- 1.6	- 1.7	CANADA	12

TABLEAU 4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1982					Change - Variation		Certaines zones métropolitaines	Nº
August	September	October	November	December	April/ March 1983	April 1983/1982		
août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Avril/ mars 1983	Avril 1983/1982		
Thousands of dollars - milliers de dollars								
43,635	49,280	49,690	61,436	84,142	- 6.5	- 9.6	Calgary	1
52,992	57,361	57,129	70,906	97,287	- 6.4	- 8.1	Edmonton	2
10,970	12,820	13,419	17,887	27,088	- 1.9	+ 9.9	Halifax-Dartmouth	3
19,183	22,582	22,156	28,415	46,239	+ 0.8	- 4.8	Hamilton	4
33,891	91,718	93,741	108,605	171,021	+ 4.4	- 4.2	Montréal	5
2,122	37,009	37,657	44,801	66,060	- 5.0	- 0.7	Ottawa-Hull	6
9,805	20,783	21,461	25,300	36,127	+ 5.8	+ 8.3	Ville de Québec	7
7,575	126,985	121,498	156,241	242,771	+ 2.2	+ 1.1	Toronto	8
4,222	91,441	85,071	105,425	156,081	- 10.0	- 5.5	Vancouver	9
6,432	42,384	40,028	52,572	72,593	- 2.9	- 3.0	Winnipeg	10

TABLE 5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983

Province	1983				1982			
	January	February	March	April	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Avril	Mai	Juin	Juillet
	thousands of dollars - milliers de dollars							
No.								
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	5,561	5,025	6,674	6,827	x	x	x	x
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	63,028	59,932	78,757	80,468	81,067	83,139	74,079	73,714
6 Ontario	139,304	130,111	168,840	171,235	166,003	169,784	164,104	159,248
7 Manitoba	20,927	21,103	30,050	27,495	28,201	26,829	26,205	26,399
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	74,681	72,922	92,836	84,401	91,714	90,415	94,099	84,406
10 British Columbia	91,080	91,592	112,768	100,349	106,103	105,760	109,360	103,259
11 Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	x	x	x
12 CANADA	416,073	400,107	517,527	496,451	503,423	507,484	498,681	477,590

TABLE 6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983				1982			
	January	February	March	April	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Avril	Mai	Juin	Juillet
	thousands of dollars - milliers de dollars							
No.								
1 Calgary	29,040	28,473	36,678	33,109	36,350	36,100	37,456	33,647
2 Edmonton	35,144	34,295	42,699	38,811	43,953	43,044	43,381	39,048
3 Halifax-Dartmouth	5,252	4,637	7,050	6,827	x	x	x	x
4 Hamilton	12,516	11,640	15,106	15,457	16,051	16,272	15,139	14,840
5 Montreal	42,362	41,194	52,817	54,533	56,661	55,322	48,659	48,943
6 Ottawa-Hull	18,458	15,667	23,189	21,054	19,953	22,266	21,006	20,563
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x	x	x
8 Toronto	69,002	64,180	81,651	83,485	81,925	81,281	79,194	76,451
9 Vancouver	59,276	60,052	73,075	64,338	68,628	70,134	69,984	66,095
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983

1982					Change - Variation			
August	September	October	November	December	April/ March 1983	April 1983/1982	Province	
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Avril/ mars 1983	Avril 1983/1982		
thousands of dollars - milliers de dollars								Nº
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
x	x	x	x	x	+ 2.3	x	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
76,393	88,670	90,851	106,753	156,587	+ 2.2	- 0.7	Québec	5
159,603	196,786	189,082	245,792	355,233	+ 1.4	+ 3.2	Ontario	6
25,890	33,309	29,310	39,694	52,740	- 8.5	- 2.5	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
86,868	100,475	99,298	124,170	168,176	- 9.1	- 8.0	Alberta	9
101,750	125,810	115,913	143,087	207,619	- 11.0	- 5.4	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
480,433	583,300	562,793	708,645	1,009,764	- 4.1	- 1.4	CANADA	12

TABLEAU 6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1982					Change - Variation			
August	September	October	November	December	April/ March 1983	April 1983/1982	Certaines zones métropolitaines	
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Avril/ mars 1983	Avril 1983/1982		Nº
Thousands of dollars - milliers de dollars								
33,935	39,815	39,628	49,768	66,511	- 9.7	- 8.9	Calgary	1
41,355	46,854	45,456	56,902	76,959	- 9.1	- 11.7	Edmonton	2
x	x	x	x	x	- 3.2	x	Halifax-Dartmouth	3
13,980	17,581	16,816	21,663	33,694	+ 2.3	- 3.7	Hamilton	4
51,605	60,960	61,287	73,100	108,220	+ 3.2	- 3.8	Montréal	5
19,729	24,714	25,375	29,970	40,989	- 9.2	+ 5.5	Ottawa-Hull	6
x	x	x	x	x	x	x	Ville de Québec	7
78,270	98,071	90,285	118,572	175,136	+ 2.2	+ 1.9	Toronto	8
64,649	81,673	74,675	92,093	134,584	- 12.0	- 6.3	Vancouver	9
x	x	x	x	x	x	x	Winnipeg	10

TABLE 7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983

Province	1983				1982			
	January	February	March	April	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Avril	Mai	Juin	Juillet
	thousands of dollars - milliers de dollars							
No.								
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	9,591	9,527	14,694	14,138	x	x	x	x
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	50,662	45,734	58,802	61,518	64,330	68,736	61,861	60,981
6 Ontario	81,085	79,427	104,349	105,406	109,257	119,435	113,290	109,358
7 Manitoba	9,411	9,805	13,092	14,479	15,046	16,208	14,697	14,895
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	17,665	19,101	25,064	26,498	25,639	28,490	27,112	26,662
10 British Columbia	18,367	18,918	24,904	25,765	25,468	26,234	28,142	26,883
11 Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	x	x	x
12 CANADA	207,353	203,997	270,051	278,817	285,547	306,449	292,172	286,359

TABLE 8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983				1982			
	January	February	March	April	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Avril	Mai	Juin	Juillet
	thousands of dollars - milliers de dollars							
No.								
1 Calgary	6,466	7,095	8,995	9,617	10,894	11,613	10,654	10,671
2 Edmonton	7,179	7,691	10,431	10,936	10,154	11,373	10,834	10,488
3 Halifax-Dartmouth	3,613	3,664	5,375	5,364	x	x	x	x
4 Hamilton	3,978	3,778	4,906	4,721	5,146	5,485	5,360	5,026
5 Montreal	27,516	22,887	28,691	30,551	32,174	34,205	30,704	29,780
6 Ottawa-Hull	9,114	8,467	11,352	11,762	13,108	12,711	11,648	10,454
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x	x	x
8 Toronto	22,873	22,137	28,533	29,176	29,560	32,537	31,394	30,032
9 Vancouver	7,583	7,527	9,698	10,160	10,179	10,342	10,857	10,240
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983

1982							
Change - Variation							
August	September	October	November	December	April/ March 1983	April 1983/1982	Province
août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Avril/ mars 1983	Avril 1983/1982	
Thousands of dollars - milliers de dollars							
							Nº
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard
x	x	x	x	x	- 3.8	x	Nouvelle-Écosse
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick
66,067	60,251	63,898	72,177	123,849	+ 4.6	- 4.4	Québec
12,836	109,154	113,593	141,783	243,188	+ 1.0	- 3.5	Ontario
14,454	13,280	14,947	18,260	28,133	+ 10.6	- 3.8	Manitoba
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan
27,209	25,107	27,977	33,962	50,563	+ 5.7	+ 3.4	Alberta
25,135	24,666	26,289	32,654	52,659	+ 3.5	+ 1.2	Colombie-Britannique
x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest
25,295	277,880	296,393	364,914	598,714	+ 3.2	- 2.4	CANADA

TABLEAU 8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1982							
Change - Variation							
August	September	October	November	December	April/ March 1983	April 1983/1982	Certaines zones métropolitaines
août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Avril/ mars 1983	Avril 1983/1982	
Thousands of dollars - milliers de dollars							
							Nº
17,000	9,465	10,062	11,668	17,631	+ 6.9	- 11.7	Calgary
16,637	10,507	11,674	14,003	20,328	+ 4.8	+ 7.7	Edmonton
x	x	x	x	x	- 0.2	x	Halifax-Dartmouth
204	5,001	5,341	6,752	12,545	- 3.8	- 8.3	Hamilton
286	30,758	32,454	35,505	62,800	+ 6.5	- 5.0	Montréal
393	12,295	12,282	14,831	25,070	+ 3.6	- 10.3	Ottawa-Hull
x	x	x	x	x	x	x	Ville de Québec
305	28,914	31,213	37,669	67,635	+ 2.3	- 1.3	Toronto
573	9,768	10,395	13,332	21,496	+ 4.8	- 0.2	Vancouver
x	x	x	x	x	x	x	Winnipeg

TABLE 9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983

TABLE 9. Number of All Department Store Locations by Province							
Province	1983				1982		
	January	February	March	April	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Avril	Mai	Juin
No.	number - nombre						
1 Newfoundland	14	14	14	14	14	14	14
2 Prince Edward Island	7	7	7	7	7	7	7
3 Nova Scotia	32	32	31	31	30	30	30
4 New Brunswick	25	24	25	25	26	26	26
5 Quebec	164	161	161	161	164	164	164
6 Ontario	301	299	300	300	296	296	297
7 Manitoba	38	38	38	38	38	38	38
8 Saskatchewan	29	29	30	30	27	28	28
9 Alberta	84	84	83	83	82	82	82
10 British Columbia	102	101	101	101	100	100	101
11 Yukon and Northwest Territories	7	6	6	6	7	7	7
12 CANADA	803	795	796	796	791	792	794

TABLE 10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

TABLE 10. Number of All Department Store Establishments, by Selected metropolitan areas							
No.	Selected metropolitan areas	1983				1982	
		January	February	March	April	April	May
		Janvier	Février	Mars	Avril	Avril	Mai
number - nombre							
1	Calgary	27	27	27	27	27	27
2	Edmonton	32	32	31	31	31	31
3	Halifax-Dartmouth	13	13	13	13	11	11
4	Hamilton	24	23	23	23	24	24
5	Montreal	80	79	79	79	80	80
6	Ottawa-Hull	32	31	32	32	31	31
7	Quebec City	19	19	19	19	17	17
8	Toronto	88	88	88	88	89	89
9	Vancouver	42	41	41	41	41	41
10	Winnipeg	30	30	30	30	30	30

TABLEAU 9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1982 et 1983

1982							
July	August	September	October	November	December	Province	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							NO
14	14	14	14	14	14	Terre-Neuve	1
7	7	7	7	7	7	Île-du-Prince-Édouard	2
30	31	32	32	32	32	Nouvelle-Écosse	3
26	25	25	25	25	25	Nouveau-Brunswick	4
164	162	162	163	164	164	Québec	5
296	299	299	300	301	301	Ontario	6
38	38	38	38	38	38	Manitoba	7
28	28	28	29	29	29	Saskatchewan	8
82	83	83	84	84	84	Alberta	9
101	101	101	101	102	102	Colombie-Britannique	10
7	7	7	7	7	7	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
793	795	796	800	803	803	CANADA	12

TABLEAU 10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1982							
July	August	September	October	November	December	Certaines zones métropolitaines	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
Number - nombre							No
17	27	27	27	27	27	Calgary	1
1	32	32	32	32	32	Edmonton	2
1	12	13	13	13	13	Halifax-Dartmouth	3
4	24	24	24	24	24	Hamilton	4
0	79	79	80	80	80	Montréal	5
1	32	32	32	32	32	Ottawa-Hull	6
7	17	18	18	19	19	Ville de Québec	7
8	87	87	88	88	88	Toronto	8
3	41	41	41	42	42	Vancouver	9
3	30	30	30	30	30	Winnipeg	10

TABLE 11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983

Province	1983				1982		
	January	February	March	April	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Avril	Mai	Juin
No.	number - nombre						
1 Newfoundland	8	8	8	8	8	8	8
2 Prince Edward Island	3	3	3	3	3	3	3
3 Nova Scotia	6	6	5	5	5	5	5
4 New Brunswick	5	4	4	4	6	6	6
5 Quebec	58	55	54	54	58	58	58
6 Ontario	113	111	112	112	111	111	112
7 Manitoba	18	18	18	18	18	18	18
8 Saskatchewan	15	15	15	15	14	15	15
9 Alberta	51	51	50	50	51	51	51
10 British Columbia	60	60	60	60	60	60	60
11 Yukon and Northwest Territories	6	5	5	5	6	6	6
12 CANADA	343	336	334	334	340	341	342

TABLE 12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983				1982		
	January	February	March	April	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Avril	Mai	Juin
No.	number - nombre						
1 Calgary	15	15	15	15	15	15	15
2 Edmonton	19	19	18	18	19	19	19
3 Halifax-Dartmouth	5	5	5	5	4	4	4
4 Hamilton	15	14	14	14	15	15	15
5 Montreal	31	30	29	29	32	32	32
6 Ottawa-Hull	13	12	13	13	13	13	13
7 Quebec City	7	7	7	7	6	6	6
8 Toronto	40	40	40	40	42	42	42
9 Vancouver	26	26	26	26	26	26	26
10 Winnipeg	13	13	13	13	13	13	13

TABLEAU 11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983

1982						
July	August	September	October	November	December	Province
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	
Number - nombre						Nº
8	8	8	8	8	8	Terre-Neuve 1
3	3	3	3	3	3	Île-du-Prince-Édouard 2
5	5	6	6	6	6	Nouvelle-Écosse 3
6	5	5	5	5	5	Nouveau-Brunswick 4
58	57	58	58	58	58	Québec 5
11	112	112	113	113	113	Ontario 6
18	18	18	18	18	18	Manitoba 7
15	15	15	15	15	15	Saskatchewan 8
51	51	51	51	51	51	Alberta 9
60	60	60	60	60	60	Colombie-Britannique 10
6	6	6	6	6	6	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest 11
41	340	342	343	343	343	CANADA 12

TABLEAU 12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1982						
July	August	September	October	November	December	Certaines zones métropolitaines
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	
Number - nombre						Nº
15	15	15	15	15	15	Calgary 1
19	19	19	19	19	19	Edmonton 2
4	5	5	5	5	5	Halifax-Dartmouth 3
15	15	15	15	15	15	Hamilton 4
31	31	31	31	31	31	Montréal 5
13	13	13	13	13	13	Ottawa-Hull 6
6	7	7	7	7	7	Ville de Québec 7
40	40	40	40	40	40	Toronto 8
26	26	26	26	26	26	Vancouver 9
13	13	13	13	13	13	Winnipeg 10

TABLE 13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983

TABLE 13. Number of cancer deaths							
Province	1983				1982		
	January	February	March	April	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Avril	Mai	Juin
No.	number - nombre						
1 Newfoundland	6	6	6	6	6	6	6
2 Prince Edward Island	4	4	4	4	4	4	4
3 Nova Scotia	26	26	26	26	25	25	25
4 New Brunswick	20	20	21	21	20	20	20
5 Quebec	106	106	107	107	106	106	106
6 Ontario	188	188	188	188	185	185	185
7 Manitoba	20	20	20	20	20	20	20
8 Saskatchewan	14	14	15	15	13	13	13
9 Alberta	33	33	33	33	31	31	31
10 British Columbia	42	41	41	41	40	40	41
11 Yukon and Northwest Territories	1	1	1	1	1	1	1
12 CANADA	460	459	462	462	451	451	452

TABLE 14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

		1983				1982		
Selected metropolitan areas	No.	January	February	March	April	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Avril	Mai	Juin
		number - nombre						
1	Calgary	12	12	12	12	12	12	12
2	Edmonton	13	13	13	13	12	12	12
3	Halifax-Dartmouth	8	8	8	8	7	7	7
4	Hamilton	9	9	9	9	9	9	9
5	Montreal	49	49	50	50	48	48	48
6	Ottawa-Hull	19	19	19	19	18	18	18
7	Quebec City	12	12	12	12	11	11	11
8	Toronto	48	48	48	48	47	47	47
9	Vancouver	16	15	15	15	15	15	15
10	Winnipeg	17	17	17	17	17	17	17

TABLEAU 13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983

1982							N ^o
July	August	September	October	November	December	Province	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
6	6	6	6	6	6	Terre-Neuve	1
4	4	4	4	4	4	Île-du-Prince-Édouard	2
25	26	26	26	26	26	Nouvelle-Écosse	3
20	20	20	20	20	20	Nouveau-Brunswick	4
106	105	104	105	106	106	Québec	5
185	187	187	187	188	188	Ontario	6
20	20	20	20	20	20	Manitoba	7
13	13	13	14	14	14	Saskatchewan	8
31	32	32	33	33	33	Alberta	9
41	41	41	41	42	42	Colombie-Britannique	10
1	1	1	1	1	1	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
452	455	454	457	460	460	CANADA	12

TABLEAU 14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1982							N ^o
July	August	September	October	November	December	Certaines zones métropolitaines	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
12	12	12	12	12	12	Calgary	1
12	13	13	13	13	13	Edmonton	2
7	8	8	8	8	8	Halifax-Dartmouth	3
9	9	9	9	9	9	Hamilton	4
48	48	48	49	49	49	Montréal	5
18	19	19	19	19	19	Ottawa-Hull	6
11	11	11	11	12	12	Ville de Québec	7
47	47	47	48	48	48	Toronto	8
14	15	15	15	16	16	Vancouver	9
17	17	17	17	17	17	Winnipeg	10

TABLE 15. Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983
January-April

TABLÉAU 15. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983
Janvier-avril

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1983/1982
		1982 ¹	1983	Variation 1983/1982
		thousands of dollars		per cent
		milliers de dollars		pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	50,117	47,464	- 5.3
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	49,191	50,964	+ 3.6
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sport pour dames et jeunes filles	139,674	153,900	+ 10.2
4	Furs - Fourrures	11,219	10,751	- 4.2
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	74,152	74,514	+ 0.5
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes	49,457	50,056	+ 1.2
7	Lingerie and women's sleeperwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	46,629	49,506	+ 6.2
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	31,576	34,077	+ 7.9
9	Millinery - Chapeaux	4,380	4,523	+ 3.3
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	33,198	35,949	+ 8.3
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	39,424	40,921	+ 3.8
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	69,195	70,485	+ 1.9
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes	108,016	104,140	- 3.6
14	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	98,803	109,185	+ 10.5
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillem- ent pour garçons	33,311	35,523	+ 6.6
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	44,749	47,085	+ 5.2
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	214,955	217,951	+ 1.4
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	146,277	162,159	+ 10.9
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photo- graphiques	37,933	38,371	+ 1.2
20	Piece goods - Tissus à la pièce	17,389	15,886	- 8.6
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison	77,732	89,205	+ 14.8
22	Smallwares and notions - Menus articles	30,848	31,293	+ 1.4
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie	34,299	36,084	+ 5.2
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	42,290	43,465	+ 2.8
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	47,389	49,042	+ 3.5
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	25,447	27,454	+ 7.9
27	Furniture - Meubles	141,049	147,087	+ 4.3
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	125,697	130,474	+ 3.8
29	Television, radio and music - Télévision, radio et musique	108,297	131,088	+ 21.0
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	101,644	112,579	+ 10.8
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	88,149	80,271	- 8.9
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	30,694	34,321	+ 11.8
33	Jewellery - Bijouterie	53,137	51,702	- 2.7
34	Toys and games - Jouets et jeux	38,467	45,305	+ 17.8
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	84,903	77,119	- 9.2
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	74,103	86,038	+ 16.1
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	62,209	55,138	- 11.4
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	76,299	74,813	- 1.9
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation	28,215	35,478	+ 25.7
40	All other departments - Tous autres rayons	90,695	99,010	+ 9.2
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	2,661,208	2,790,376	+ 4.9

TABLE 16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983
January-April

TABLEAU 16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1982 et 1983
Janvier-avril

Province	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	28,386	29,654	+ 4.5
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	14,205	16,010	+ 12.7
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	62,950	72,037	+ 14.4
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	50,066	54,949	+ 9.8
Québec	468,480	498,900	+ 6.5
Ontario	930,483	979,757	+ 5.3
Manitoba	139,512	146,362	+ 4.9
Alberta	74,054	87,125	+ 17.7
British Columbia - Colombie-Britannique	409,387	413,168	+ 0.9
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	474,334	483,743	+ 2.0
	9,351	8,672	- 7.3
CANADA	2,661,208	2,790,376	+ 4.9

TABLE 17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983
January-April

TABLEAU 17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines,
1982 et 1983
Janvier-avril

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	168,056	159,474	- 5.1
Edmonton	182,762	187,186	+ 2.4
Halifax-Dartmouth	34,260	41,781	+ 22.0
Winnipeg	70,873	72,101	+ 1.7
Montreal	288,030	300,551	+ 4.3
Ottawa-Hull	107,343	119,062	+ 10.9
Quebec City - Ville de Québec	60,711	69,099	+ 13.8
Toronto	388,177	401,038	+ 3.3
Vancouver	290,342	291,709	+ 0.5
Winnipeg	126,755	132,993	+ 4.9

TABLE 18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983
January-April

TABLEAU 18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983
Janvier-avril

Province	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	x	24,087	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	267,022	282,185	+ 5.7
Ontario	577,695	609,490	+ 5.5
Manitoba	94,168	99,575	+ 5.7
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	327,940	324,840	- 0.9
British Columbia - Colombie-Britannique	393,128	395,789	+ 0.7
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	x	x
CANADA	1,761,259	1,830,158	+ 3.9

TABLE 19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983
January-April

TABLEAU 19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983
Janvier-avril

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
Certaines zones métropolitaines	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	134,204	127,300	- 5.1
Edmonton	151,350	150,949	- 0.3
Halifax-Dartmouth	x	23,766	x
Hamilton	54,207	54,719	+ 0.9
Montréal	186,762	190,906	+ 2.2
Ottawa-Hull	69,473	78,368	+ 12.8
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	290,449	298,318	+ 2.7
Vancouver	256,796	256,741	--
Winnipeg	x	x	x

TABLE 20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983
January-April

TABLEAU 20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983
Janvier-avril

Province	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	x	47,950	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	201,457	216,716	+ 7.6
Ontario	352,786	370,267	+ 5.0
Manitoba	45,344	46,787	+ 3.2
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	81,449	88,328	+ 8.4
British Columbia - Colombie-Britannique	81,205	87,954	+ 8.3
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	x	x
CANADA	899,948	960,218	+ 6.7

TABLE 21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983
January-April

TABLEAU 21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines,
1982 et 1983
Janvier-avril

Selected metropolitan areas Certaines zones métropolitaines	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	33,852	32,173	- 5.0
Edmonton	31,413	36,237	+ 15.4
Halifax-Dartmouth	x	18,016	x
Hamilton	16,665	17,383	+ 4.3
Montréal	101,266	109,645	+ 8.3
Ottawa-Hull	37,870	40,695	+ 7.5
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	97,730	102,719	+ 5.1
Vancouver	33,546	34,968	+ 4.2
Winnipeg	x	x	x

TABLE 22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1981-1983

TABLEAU 22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1981-1983

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major Traditionnels		Junior Populaires	
	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution
	'000	%	'000	%	'000	%
1981:						
January - Janvier	643,821	100.0	442,269	68.7	201,552	31.3
February - Février	568,767	100.0	381,684	67.1	187,082	32.9
March - Mars	688,718	100.0	471,588	68.5	217,130	31.5
April - Avril	793,595	100.0	521,698	65.7	271,897	34.3
May - Mai	822,881	100.0	532,820	64.8	290,061	35.2
June - Juin	835,934	100.0	548,803	65.7	287,131	34.3
July - Juillet	757,743	100.0	485,895	64.1	271,848	35.9
August - Août	786,492	100.0	499,216	63.5	287,276	36.5
September - Septembre	848,390	100.0	575,366	67.8	273,024	32.2
October - Octobre	892,549	100.0	591,596	66.3	300,954	33.7
November - Novembre	1,036,498	100.0	686,067	66.2	350,430	33.8
December - Décembre	1,542,685	100.0	972,086	63.0	570,598	37.0
Year - Année	10,218,073	100.0	6,709,088	65.7	3,508,983	34.3
1982:						
January - Janvier	600,051	100.0	404,403	67.4	195,648	32.6
February - Février	578,049	100.0	386,536	66.9	191,513	33.1
March - Mars	694,137	100.0	466,897	67.3	227,240	32.7
April - Avril	788,971	100.0	503,423	63.8	285,547	36.2
May - Mai	813,933	100.0	507,484	62.3	306,449	37.7
June - Juin	790,853	100.0	498,681	63.1	292,172	36.9
July - Juillet	763,949	100.0	477,590	62.5	286,359	37.5
August - Août	775,727	100.0	480,433	61.9	295,295	38.1
September - Septembre	861,179	100.0	583,300	67.7	277,880	32.3
October - Octobre	859,187	100.0	562,793	65.5	296,393	34.5
November - Novembre	1,073,558	100.0	708,645	66.0	364,914	34.0
December - Décembre	1,608,478	100.0	1,009,764	62.8	598,714	37.2
Year - Année	10,208,072	100.0	6,589,949	64.6	3,618,124	35.4
1983:						
January - Janvier	623,426	100.0	416,073	66.7	207,353	33.3
February - Février	604,104	100.0	400,107	66.2	203,997	33.8
March - Mars	787,578	100.0	517,527	65.7	270,051	34.3
April - Avril	775,268	100.0	496,451	64.0	278,817	36.0
May - Mai						
June - Juin						
July - Juillet						
August - Août						
September - Septembre						
October - Octobre						
November - Novembre						
December - Décembre						
Year - Année						

TABLE 23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981-1983 April

TABLERAU 23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1981-1983 Avril

Province and Selected Metropolitan Areas	Distribution			Change 1983/1982
	1981 ^r	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
Province et certaines zones métropolitaines	per cent - pourcentage			
Newfoundland - Terre-Neuve	15.0	15.7	17.5	+ 11.5
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	7.6	7.6	7.6	-
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	12.0	12.5	12.8	+ 2.4
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	11.6	12.2	13.0	+ 6.6
Québec	13.4	13.5	14.6	+ 8.1
Ontario	9.8	10.5	11.0	+ 4.8
Manitoba	7.3	7.6	7.9	+ 3.9
Saskatchewan	14.0	14.9	13.8	- 7.4
Alberta	7.9	7.8	8.2	+ 5.1
British Columbia - Colombie-Britannique	6.9	7.4	7.7	+ 4.1
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	8.9	9.4	9.1	- 3.2
CANADA	9.8	10.2	10.8	+ 5.9
Montréal	10.3	11.1	11.8	+ 6.3
Toronto	9.0	9.4	10.0	+ 6.4
Winnipeg	5.0	5.3	5.7	+ 7.5
Vancouver	5.8	6.4	6.7	+ 4.7

TABLE 24. Department Store Monthly Stocks(1), by Department, Canada, 1982 and 1983

No.	Department	1983				1982			
		January	February	March	April	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Avril	Mai	Juin	Juillet
		thousands of dollars milliers de dollars							
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	36,432	39,827	50,212	59,149	61,840	53,898	44,891	50,115
2	Women's and misses' coats and suits	36,868	41,207	41,457	35,693	35,683	31,689	34,224	53,983
3	Women's and misses' sportswear	107,426	114,463	149,791	170,227	146,991	138,978	113,781	122,660
4	Furs	17,836	15,771	16,471	11,029	16,238	16,415	17,862	16,901
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	58,915	64,568	74,045	83,519	81,371	70,203	67,097	84,224
6	Girls' and teenage girls' wear	31,258	37,273	48,282	47,809	54,250	49,293	43,228	56,809
7	Lingerie and women's sleepwear	39,897	39,099	47,104	51,975	53,620	51,044	44,245	45,736
8	Intimate apparel	33,424	29,920	32,831	37,468	34,055	32,200	29,435	30,197
9	Millinery	2,102	1,866	1,419	2,377	1,313	1,313	1,121	1,148
10	Women's and girls' hosiery	26,254	26,790	31,773	35,437	28,282	28,039	26,292	29,407
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	39,618	39,966	46,630	49,543	49,296	44,957	37,247	41,374
12	Women's, misses' and children's footwear	75,549	81,500	102,693	104,725	127,842	115,432	104,449	103,085
13	Men's clothing	111,702	137,579	160,091	148,765	189,270	164,965	151,626	151,850
14	Men's furnishings	119,180	123,058	135,003	153,735	157,290	149,308	132,400	146,322
15	Boys' clothing and furnishings	37,083	39,551	42,311	44,467	43,939	38,178	34,091	51,097
16	Men's and boys' footwear	62,415	58,203	74,673	73,963	89,828	87,793	80,817	77,169
17	Food and kindred products	38,119	40,249	41,106	44,482	35,503	33,300	35,267	33,698
18	Toiletries, cosmetics and drugs	193,004	149,162	169,033	191,342	176,852	170,559	167,845	168,331
19	Photographic equipment and supplies	55,045	49,854	54,360	57,791	62,163	57,466	52,010	53,907
20	Piece goods	23,618	23,824	30,107	25,966	32,954	31,096	30,908	31,669
21	Linens and domestics	108,506	112,560	113,998	125,286	121,337	116,600	107,260	101,475
22	Smallwares and notions	35,739	35,053	35,812	41,415	43,964	43,610	41,994	43,067
23	China and glassware	84,102	88,609	91,736	84,773	89,955	94,179	88,783	91,513
24	Floor coverings	48,316	46,440	50,642	47,834	65,342	61,571	62,687	58,842
25	Draperies, curtains and furniture coverings	61,298	57,776	68,398	63,753	74,897	67,691	63,858	65,090
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	43,617	44,175	53,031	49,665	55,198	51,299	50,743	50,850
27	Furniture	181,679	165,287	189,195	198,840	229,267	212,743	197,862	195,719
28	Major appliances	55,572	57,648	63,180	69,351	65,750	61,288	57,498	60,860
29	Television, radio and music	134,764	131,777	151,558	159,265	144,004	135,628	133,811	128,367
30	Housewares and small electrical appliances	170,418	162,985	159,781	188,257	150,523	142,561	141,505	139,853
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	112,354	108,723	142,575	125,815	150,947	140,610	141,320	139,768
32	Plumbing, heating and building materials	39,957	34,939	39,448	41,778	43,228	34,217	33,621	34,588
33	Jewellery	117,632	110,023	120,944	120,272	133,754	128,671	119,986	118,063
34	Toys and games	75,546	72,948	82,299	97,260	88,257	74,994	69,606	76,221
35	Sporting goods and luggage	107,199	108,929	129,534	153,593	159,655	151,152	133,059	127,180
36	Stationery, books and magazines	90,122	86,102	87,617	116,391	93,563	95,660	94,599	103,232
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	52,060	50,341	50,900	53,909	55,329	51,558	47,589	47,883
38	Meals and lunches	1,275	1,192	1,450	1,450	798	739	731	688
39	Repairs and services	4,872	4,284	4,865	4,625	5,359	4,403	4,694	4,673
40	All other departments	53,646	53,321	65,753	88,638	83,618	79,714	70,232	68,618
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	2,724,419	2,686,842	3,052,108	3,261,632	3,333,325	3,115,014	2,910,274	3,006,232

(1) At selling value.

TABLEAU 24. Stocks(1) mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1982					Change - Variation		Rayon	N°
August	September	October	November	December	April/ March 1983	April 1983/1982		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Avril/ mars 1983	Avril 1983/1982		
thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
42,355	43,320	54,009	50,828	38,810	+ 17.8	- 4.4	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
56,427	68,743	66,218	52,222	40,267	- 13.9	--	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
117,688	114,010	133,971	138,538	110,563	+ 13.6	+ 15.8	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
18,258	17,588	22,827	20,360	19,452	- 33.0	- 32.1	Fourrures	4
70,437	70,942	83,526	72,897	69,554	+ 12.8	+ 2.6	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
47,566	51,960	50,778	52,112	34,263	- 1.0	- 11.9	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
46,257	46,325	59,780	64,918	42,026	+ 10.3	- 3.1	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
29,948	26,105	33,155	32,173	31,988	+ 14.1	+ 10.0	Sous-vêtements	8
1,708	1,918	3,268	3,766	3,533	+ 67.5	+ 81.0	Chapeaux	9
30,283	26,946	31,556	31,492	29,650	+ 11.5	+ 25.3	Bas pour dames et fillettes	10
42,880	44,167	56,141	59,220	41,659	+ 6.2	+ 0.5	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
101,987	99,683	109,058	97,074	91,924	+ 2.0	- 18.1	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
183,462	161,644	185,614	179,517	161,113	- 7.1	- 21.4	Vêtements pour hommes	13
150,515	159,247	193,533	178,826	119,168	+ 13.9	- 2.3	Articles d'habillement pour hommes	14
35,990	39,792	49,443	42,803	33,681	+ 5.1	+ 1.2	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
75,912	67,074	77,159	75,798	70,433	- 1.0	- 17.7	Chaussures pour hommes et garçons	16
28,536	32,626	36,832	44,862	34,859	+ 8.2	+ 25.3	Produits alimentaires et connexes	17
155,235	147,765	194,071	215,162	167,598	+ 13.2	+ 8.2	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
54,853	50,093	67,887	62,550	48,135	+ 6.3	- 7.0	Appareils et fournitures photographiques	19
28,841	23,364	29,943	25,946	28,235	- 13.8	- 21.2	Tissus à la pièce	20
89,225	84,968	98,419	113,712	121,738	+ 9.9	+ 3.3	Literie et linge de maison	21
38,478	35,601	37,288	35,301	45,003	+ 15.6	- 5.8	Menus articles	22
91,111	86,481	91,220	101,865	105,581	- 7.6	- 5.8	Porcelaine et verrerie	23
57,868	52,400	54,803	48,227	56,021	- 5.5	- 26.8	Revêtements de plancher	24
58,951	56,532	65,384	62,606	67,382	- 6.8	- 14.9	Tentures, rideaux et housses	25
51,370	48,692	59,624	56,218	45,756	- 6.3	- 10.0	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
182,097	170,228	189,974	187,000	223,087	+ 5.1	- 13.3	Meubles	27
60,083	56,445	56,357	58,759	63,148	+ 9.8	+ 5.5	Gros appareils ménagers	28
123,830	114,122	146,700	154,829	152,008	+ 5.1	+ 10.6	Télévision, radio et musique	29
134,753	134,500	147,675	178,026	153,913	+ 17.8	+ 25.1	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
138,025	121,437	140,109	127,397	129,807	- 11.8	- 16.6	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
33,434	33,790	34,995	39,477	49,311	+ 5.9	- 3.4	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
114,052	107,112	135,171	150,622	115,806	- 0.6	- 10.1	Bijouterie	33
93,490	109,355	143,875	117,303	59,061	+ 18.2	+ 10.2	Jouets et jeux	34
116,642	119,700	158,309	142,524	121,635	+ 18.6	- 3.8	Articles de sport et valises	35
97,897	90,189	105,329	112,896	83,094	+ 32.8	+ 24.4	Papeterie, livres et revues	36
49,511	50,786	56,012	52,276	62,805	+ 5.9	- 2.6	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
640	861	817	896	1,008	-	+ 81.7	Repas et casse-croûtes	38
4,710	4,794	5,080	5,409	4,925	- 4.9	- 13.7	Services et travaux de réparation	39
59,999	61,378	75,695	79,189	61,884	+ 34.8	+ 6.0	Tous autres rayons	40
2,915,304	2,832,683	3,341,605	3,325,596	2,939,884	+ 6.9	- 2.2	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

(1) Valeur de vente.

TABLE 25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983(1)

		1983				1982		
		January	February	March	April	April	May	June
Department		Janvier	Février	Mars	Avril	Avril	Mai	Juin
No.		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	41,188	40,919	48,271	47,755	50,092	49,331	51,937
2	Women's and misses' coats and suits	51,920	50,338	49,709	45,457	45,472	46,741	49,567
3	Women's and misses' sportswear	128,912	125,274	146,610	142,485	123,164	122,004	123,168
4	Furs	18,224	17,763	19,730	12,413	18,392	18,457	21,276
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	71,097	74,423	85,443	74,531	72,825	68,912	74,048
6	Girls' and teenage girls' wear	43,119	43,352	51,429	42,840	48,729	46,346	48,145
7	Lingerie and women's sleepwear	49,422	47,001	51,050	46,291	47,826	47,043	49,142
8	Intimate apparel	32,718	31,986	35,155	36,430	33,131	30,297	31,881
9	Millinery	2,347	2,356	2,146	2,614	1,441	1,280	1,521
10	Women's and girls' hosiery	29,350	29,452	32,598	32,198	25,757	25,784	27,951
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	47,052	45,003	48,142	45,427	45,253	43,068	42,262
12	Women's, misses' and children's footwear	92,144	89,992	99,345	89,386	109,511	105,699	106,480
13	Men's clothing	151,274	151,895	171,569	144,502	184,076	161,688	185,422
14	Men's furnishings	143,514	140,972	145,493	140,218	143,744	140,455	147,603
15	Boys' clothing and furnishings	42,754	41,481	47,413	43,408	42,916	40,242	38,811
16	Men's and boys' footwear	75,578	68,576	75,351	65,710	79,738	77,339	84,419
17	Food and kindred products
18	Toiletries, cosmetics and drugs	189,619	174,578	188,758	180,921	167,352	164,912	180,618
19	Photographic equipment and supplies	55,614	56,232	64,286	54,305	58,617	55,342	59,278
20	Piece goods	26,095	24,385	29,715	24,427	30,985	30,351	31,692
21	Linens and domestics	114,704	116,166	116,622	115,089	111,221	104,992	105,212
22	Smallwares and notions	39,803	40,576	39,880	37,490	39,878	38,537	39,299
23	China and glassware	94,850	96,714	96,453	83,793	88,935	90,378	92,125
24	Floor coverings	49,883	48,945	53,504	46,887	63,990	58,671	60,078
25	Draperies, curtains and furniture coverings	60,893	59,884	70,820	59,283	69,698	63,090	66,714
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	49,398	49,264	56,876	49,202	54,610	46,856	50,792
27	Furniture	190,432	174,822	195,753	176,700	204,109	194,562	195,584
28	Major appliances	57,173	56,664	64,136	64,923	61,589	60,387	61,134
29	Television, radio and music	143,176	145,912	158,683	148,250	134,021	131,272	137,411
30	Housewares and small electrical appliances	181,014	184,732	166,456	173,381	138,403	134,057	144,029
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	131,975	124,757	151,450	112,325	134,844	126,438	142,967
32	Plumbing, heating and building materials
33	Jewellery	129,398	118,199	125,370	110,911	123,554	121,412	127,595
34	Toys and games	88,995	89,707	101,179	99,407	90,278	83,582	86,606
35	Sporting goods and luggage	138,968	132,646	140,783	131,052	136,589	130,248	134,721
36	Stationery, books and magazines	100,605	101,051	101,774	115,102	92,630	90,952	97,041
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	56,573	55,477	57,861	50,340	51,881	48,010	51,263
38	Meals and lunches
39	Repairs and services	5,405	5,282	5,942	4,728	5,483	4,292	5,034
40	All other departments	74,267	67,776	63,474	77,393	72,972	68,524	69,746
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,040,777	3,006,135	3,253,500	3,003,621	3,074,283	2,941,072	3,121,629

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1982 et 1983(1)

1982						Change - Variation		Rayon	N°
July	August	September	October	November	December	April/ March 1983			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Avril/ mars 1983			
Thousands of dollars						per cent			
milliers de dollars						pourcentage			
53,390	48,491	49,698	45,887	44,435	43,000	- 1.1			
42,804	42,996	51,326	42,969	43,029	49,588	- 8.6		Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
121,200	119,337	126,199	119,758	121,394	135,994	- 2.8		Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
18,398	17,628	15,280	17,583	16,928	18,011	- 37.1		Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
68,989	68,120	73,923	69,912	67,729	76,613	- 12.8		Fournitures	4
								Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
46,050	43,545	52,262	42,814	45,226	46,232	- 16.7		Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
48,972	48,002	49,779	44,138	47,892	52,978	- 9.3		Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
30,539	30,340	31,195	30,745	27,016	31,652	+ 3.6		Sous-vêtements	8
1,529	2,027	2,330	2,377	2,239	2,327	+ 21.8		Chapeaux	9
28,462	27,123	29,454	29,075	29,227	34,191	- 1.2		Bas pour dames et fillettes	10
43,236	45,161	48,821	42,232	45,425	49,461	- 5.6		Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
100,750	98,291	108,197	99,109	97,852	99,145	- 10.0		Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
159,252	159,716	162,732	145,626	148,826	164,501	- 15.8		Vêtements pour hommes	13
146,026	147,408	159,732	146,048	147,889	156,835	- 3.6		Articles d'habillement pour hommes	14
39,503	37,361	40,770	38,205	39,126	41,322	- 8.4		Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
75,207	74,422	74,445	64,298	71,807	77,083	- 12.8		Chaussures pour hommes et garçons	16
173,476	174,144	171,757	154,042	164,851	180,981	- 4.2		Produits alimentaires et connexes	17
54,928	56,700	56,734	51,393	49,077	55,299	- 15.5		Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
30,698	28,596	25,822	27,296	25,920	28,293	- 17.8		Appareils et fournitures photographiques	19
								Tissus à la pièce	20
103,997	97,468	102,905	94,407	103,756	117,977	- 1.3		Literie et linge de maison	21
38,793	37,767	39,180	36,014	37,454	44,053	- 6.0		Menus articles	22
92,335	92,482	93,977	83,876	89,920	94,736	- 13.1		Porcelaine et verrerie	23
56,998	56,263	59,229	52,658	50,595	51,900	- 12.4		Revêtements de plancher	24
64,387	62,068	66,293	61,412	61,418	63,613	- 16.3		Tentures, rideaux et housses	25
49,607	49,514	52,213	49,029	49,831	54,430	- 13.5		Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
195,691	191,967	202,524	189,204	187,444	201,135	- 9.7		Meubles	27
62,042	64,883	67,370	54,945	53,734	56,357	+ 1.2		Gros appareils ménagers	28
133,862	131,532	131,297	131,298	131,154	144,869	- 6.6		Télévision, radio et musique	29
140,222	139,024	146,847	128,739	153,799	172,142	+ 4.2		Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
134,132	129,279	137,286	125,977	118,978	139,860	- 25.8		Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
...		Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
123,007	119,454	123,943	115,049	120,860	126,772	- 11.5		Bijouterie	33
86,473	87,474	88,439	83,479	85,915	103,238	- 1.8		Jouets et jeux	34
128,501	123,707	125,853	123,082	126,813	139,118	- 6.9		Articles de sport et valises	35
95,622	93,379	93,881	85,544	92,777	101,561	+ 13.1		Papeterie, livres et revues	36
49,052	49,583	53,058	46,334	46,212	66,374	- 13.0		Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
...		Repas et casse-croûtes	38
4,316	4,297	4,600	3,968	4,800	5,487	- 20.4		Services et travaux de réparation	39
64,271	60,033	64,393	63,120	67,745	82,731	+ 21.9		Tous autres rayons	40
957,979	2,927,499	3,083,081	2,804,523	2,915,066	3,156,073	- 7.7		TOTAL, TOUS RAYONS	41

1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 26. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1982 and 1983

No.	Department	1983				1982		
		January	February	March	April	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Avril	Mai	Juin
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	4.55	4.03	3.73	3.67	3.52	2.57	2.52
2	Women's and misses' coats and suits	3.44	3.94	2.66	2.51	2.48	4.36	6.10
3	Women's and misses' sportswear	3.82	3.38	3.23	3.74	3.21	2.71	2.60
4	Furs	3.92	5.04	7.54	12.42	23.99	27.82	29.87
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.53	3.97	3.46	4.14	3.39	3.22	3.36
6	Girls' and teenage girls' wear	3.84	3.63	2.70	3.47	3.21	3.15	3.13
7	Lingerie and women's sleepwear	3.91	3.51	3.40	3.63	3.56	3.15	2.95
8	Intimate apparel	4.58	4.33	3.34	3.74	3.47	3.20	3.01
9	Millinery	1.68	1.84	1.42	1.88	1.12	1.34	1.25
10	Women's and girls' hosiery	3.25	3.63	3.12	3.45	2.76	3.01	3.19
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4.68	4.99	3.91	3.95	3.87	3.59	3.44
12	Women's, misses' and children's footwear	5.74	6.26	4.82	4.56	5.15	4.63	4.76
13	Men's clothing	5.39	6.87	4.85	4.90	5.77	5.15	4.35
14	Men's furnishings	5.29	5.46	4.10	4.93	5.16	4.62	3.19
15	Boys' clothing and furnishings	5.75	6.03	3.87	3.84	3.65	3.56	3.43
16	Men's and boys' footwear	7.04	6.44	5.14	5.04	5.63	5.54	5.34
17	Food and kindred products	0.80	0.69	0.73	0.79	0.59	0.58	0.71
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5.17	3.97	3.83	4.43	4.30	4.23	4.16
19	Photographic equipment and supplies	5.94	5.96	5.19	5.63	5.58	5.19	3.81
20	Piece goods	6.83	6.70	6.33	6.30	6.95	6.80	7.67
21	Linens and domestics	3.83	7.01	5.17	5.49	6.01	5.46	4.32
22	Smallwares and notions	3.96	4.95	4.54	5.68	5.71	6.88	6.47
23	China and glassware	11.17	10.51	8.18	9.51	9.04	8.66	9.33
24	Floor coverings	5.14	4.91	3.89	4.12	5.54	5.42	5.43
25	Draperies, curtains and furniture coverings	5.97	5.61	4.93	4.37	5.02	4.62	4.03
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6.46	8.01	6.55	7.01	8.15	7.18	7.13
27	Furniture	4.76	5.46	4.45	5.50	6.28	5.23	5.01
28	Major appliances	1.65	2.08	1.74	2.11	2.08	1.88	1.61
29	Television, radio and music	3.83	4.69	4.00	5.32	5.13	5.40	4.81
30	Housewares and small electrical appliances	6.69	5.58	5.78	6.22	5.11	4.44	4.51
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	6.34	6.63	6.74	5.03	5.75	3.93	4.61
32	Plumbing, heating and building materials	5.54	4.51	4.59	3.88	4.05	2.66	3.01
33	Jewellery	12.26	9.92	7.85	7.70	7.97	7.12	6.11
34	Toys and games	9.39	7.85	6.12	6.70	6.29	6.35	5.01
35	Sporting goods and luggage	5.93	7.51	6.45	6.28	5.70	4.30	3.01
36	Stationery, books and magazines	4.68	4.45	3.52	5.17	4.66	4.85	4.01
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	4.09	4.54	3.37	3.32	3.05	2.90	2.01
38	Meals and lunches	0.07	0.07	0.07	0.07	0.04	0.04	0.01
39	Repairs and services	0.63	0.52	0.48	0.49	0.69	0.59	0.01
40	All other departments	2.61	2.63	2.50	2.78	2.82	2.11	2.01
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.25	4.35	3.81	4.16	4.18	3.75	3.01

TABLEAU 26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1982						Rayon	
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
3.24	2.88	2.67	3.54	2.80	1.67	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
7.88	3.33	3.90	2.86	2.08	1.82	formes pour dames et jeunes filles	7
2.90	2.69	1.99	3.03	2.68	1.60	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
9.70	10.47	6.58	5.52	3.44	3.09	filles	3
4.10	2.78	2.90	3.34	2.68	1.88	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	4
						Fourrures	5
						Vêtements pour bébés et enfants et articles	
						de chambres d'enfants	
4.30	2.08	2.84	3.39	2.66	1.29	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
2.97	3.54	2.75	3.53	2.59	0.92	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3.24	3.21	2.45	3.72	3.04	2.22	Sous-vêtements	8
1.22	1.75	1.21	1.49	1.07	0.78	Chapeaux	9
4.28	3.70	2.13	2.67	2.41	1.63	Bas pour dames et fillettes	10
4.37	4.07	2.82	3.62	2.64	1.15	Gants, moufles et articles de parure pour	11
5.87	4.63	3.49	4.18	3.13	2.98	dames et fillettes	12
6.10	6.56	4.18	5.13	3.55	2.43	Chaussures pour dames, jeunes filles et	
4.66	4.69	4.00	5.09	3.09	1.08	enfants	13
5.73	2.02	3.34	4.28	2.92	1.40	Vêtements pour hommes	14
						Articles d'habillement pour hommes	15
						Vêtements et articles d'habillement pour	
						garçons	
6.65	5.67	3.91	5.07	3.69	2.90	Chaussures pour hommes et garçons	16
0.66	0.50	0.66	0.67	0.66	0.43	Produits alimentaires et connexes	17
4.13	3.84	3.54	4.22	3.81	1.52	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
3.93	4.15	3.93	5.60	4.00	1.48	caments	
8.83	6.50	4.25	5.42	4.67	6.05	Appareils et fournitures photographiques	19
						Tissus à la pièce	20
3.82	3.65	3.00	3.84	4.08	2.77	Literie et linge de maison	21
6.27	5.13	3.36	3.80	3.22	3.57	Menus articles	22
9.15	9.89	6.96	8.48	6.20	3.02	Porcelaine et verrerie	23
5.03	5.56	4.53	3.96	3.42	4.81	Revêtements de plancher	24
4.30	4.48	4.20	4.54	3.84	3.67	Tentures, rideaux et housses	25
6.66	7.13	5.72	6.69	4.42	2.17	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
4.48	5.14	4.44	4.84	4.62	5.30	d'ameublement pour la maison	27
1.47	1.86	1.47	1.39	1.37	1.45	Meubles	28
4.24	4.03	2.66	3.89	3.05	1.90	Gros appareils ménagers	29
4.30	4.43	4.21	4.17	4.14	1.93	Télévision, radio et musique	30
						Articles de ménage et petits appareils élec-	
						triques	
5.22	6.02	5.24	5.03	4.94	3.66	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
2.94	3.78	3.57	3.45	3.82	4.04	etc.	
7.07	7.18	5.01	7.51	5.39	1.76	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
1.67	7.67	8.84	6.91	2.64	0.73	truction	
1.00	4.91	5.10	7.67	5.14	2.39	Bijouterie	33
						Jouets et jeux	34
						Articles de sport et valises	35
1.18	3.54	3.30	4.71	3.43	1.22	Papeterie, livres et revues	36
1.60	3.10	3.33	2.87	2.35	2.77	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
1.04	0.03	0.04	0.04	0.04	0.03	réparation et fournitures	
1.72	0.69	0.65	0.57	0.45	0.37	Repas et casse-croûtes	38
1.46	2.35	2.42	2.79	2.76	1.22	Services et travaux de réparation	39
						Tous autres rayons	40
1.83	3.65	3.23	3.81	3.06	1.80	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

TABLE 27. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, Canada, 1982 and 1983

No.	Department	1983				1982		
		January	February	March	April	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Avril	Mai	Juin
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.21	0.26	0.30	0.29	0.31	0.36	0.36
2	Women's and misses' coats and suits	0.28	0.27	0.38	0.37	0.39	0.22	0.17
3	Women's and misses' sportswear	0.26	0.30	0.35	0.28	0.34	0.36	0.35
4	Furs	0.24	0.19	0.14	0.06	0.04	0.04	0.03
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	0.26	0.26	0.31	0.26	0.34	0.29	0.29
6	Girls' and teenage girls' wear	0.25	0.30	0.42	0.29	0.34	0.30	0.30
7	Lingerie and women's sleepwear	0.25	0.28	0.32	0.29	0.31	0.31	0.31
8	Intimate apparel	0.22	0.22	0.31	0.29	0.31	0.30	0.32
9	Millinery	0.44	0.51	0.61	0.67	1.00	0.74	0.74
10	Women's and girls' hosiery	0.29	0.28	0.35	0.31	0.39	0.33	0.30
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.21	0.20	0.28	0.26	0.28	0.27	0.26
12	Women's, misses' and children's footwear	0.16	0.17	0.23	0.22	0.21	0.20	0.20
13	Men's clothing	0.15	0.16	0.22	0.20	0.19	0.18	0.22
14	Men's furnishings	0.19	0.19	0.26	0.22	0.21	0.21	0.29
15	Boys' clothing and furnishings	0.18	0.17	0.27	0.27	0.30	0.26	0.28
16	Men's and boys' footwear	0.13	0.15	0.22	0.20	0.19	0.18	0.18
17	Food and kindred products	1.30	1.48	1.38	1.32	1.69	1.68	1.45
18	Toiletries, cosmetics and drugs	0.21	0.22	0.28	0.24	0.26	0.23	0.24
19	Photographic equipment and supplies	0.18	0.16	0.20	0.18	0.21	0.19	0.25
20	Piece goods	0.13	0.15	0.18	0.15	0.15	0.14	0.13
21	Linens and domestics	0.25	0.15	0.19	0.19	0.17	0.18	0.22
22	Smallwares and notions	0.22	0.20	0.22	0.19	0.20	0.14	0.15
23	China and glassware	0.08	0.10	0.12	0.10	0.11	0.12	0.10
24	Floor coverings	0.18	0.20	0.27	0.24	0.19	0.18	0.19
25	Draperies, curtains and furniture coverings	0.16	0.17	0.22	0.22	0.21	0.21	0.24
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.15	0.13	0.17	0.14	0.13	0.13	0.14
27	Furniture	0.19	0.17	0.24	0.19	0.17	0.18	0.19
28	Major appliances	0.57	0.49	0.60	0.50	0.51	0.51	0.60
29	Television, radio and music	0.24	0.21	0.27	0.19	0.21	0.18	0.20
30	Housewares and small electrical appliances	0.16	0.18	0.17	0.17	0.21	0.22	0.22
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	0.15	0.15	0.17	0.19	0.20	0.25	0.22
32	Plumbing, heating and building materials	0.16	0.21	0.23	0.27	0.28	0.33	0.33
33	Jewellery	0.08	0.10	0.13	0.13	0.13	0.14	0.13
34	Toys and games	0.12	0.13	0.17	0.16	0.18	0.14	0.17
35	Sporting goods and luggage	0.16	0.13	0.17	0.17	0.20	0.23	0.2
36	Stationery, books and magazines	0.22	0.22	0.29	0.22	0.23	0.21	0.2
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.22	0.22	0.30	0.31	0.37	0.33	0.3
38	Meals and lunches	15.77	15.74	15.43	13.42	24.43	24.88	26.7
39	Repairs and services	1.45	1.79	2.21	1.99	1.70	1.52	1.5
40	All other departments	0.35	0.38	0.44	0.41	0.40	0.46	0.4
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.22	0.22	0.27	0.25	0.26	0.25	0.2

TABLEAU 27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1982							Rayon	No
July	August	September	October	November	December			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
0.33	0.32	0.38	0.31	0.35	0.52			
0.16	0.31	0.28	0.34	0.42	0.48	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1	
0.36	0.36	0.49	0.36	0.38	0.55	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2	
0.10	0.10	0.15	0.20	0.27	0.32	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3	
0.27	0.33	0.35	0.32	0.35	0.52	Fourrures	4	
						Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5	
0.26	0.44	0.37	0.29	0.38	0.62			
0.34	0.28	0.36	0.32	0.40	0.86	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6	
0.31	0.31	0.38	0.30	0.32	0.45	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
0.83	0.68	0.87	0.85	1.00	1.24	Sous-vêtements	8	
0.25	0.27	0.44	0.40	0.41	0.59	Chapeaux	9	
						Bas pour dames et fillettes	10	
0.24	0.25	0.36	0.31	0.39	0.72			
0.17	0.21	0.28	0.25	0.30	0.33	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11	
0.16	0.17	0.22	0.21	0.28	0.39	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12	
0.23	0.22	0.26	0.22	0.31	0.74	Vêtements pour hommes	13	
0.21	0.41	0.31	0.26	0.32	0.63	Articles d'habillement pour hommes	14	
						Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15	
0.15	0.17	0.24	0.21	0.27	0.33			
1.47	1.82	1.61	1.58	1.65	2.04	Chaussures pour hommes et garçons	16	
0.24	0.25	0.28	0.27	0.28	0.58	Produits alimentaires et connexes	17	
0.26	0.24	0.24	0.21	0.24	0.59	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18	
0.11	0.15	0.21	0.21	0.20	0.17	Appareils et fournitures photographiques	19	
						Tissus à la pièce	20	
0.25	0.26	0.33	0.28	0.26	0.37			
0.16	0.18	0.29	0.27	0.30	0.31	Literie et linge de maison	21	
0.11	0.10	0.14	0.12	0.17	0.34	Menus articles	22	
0.19	0.18	0.21	0.26	0.27	0.22	Porcelaine et verrerie	23	
0.23	0.21	0.23	0.24	0.26	0.28	Revêtements de plancher	24	
						Tentures, rideaux et housses	25	
0.15	0.14	0.17	0.16	0.22	0.41			
0.22	0.19	0.22	0.22	0.21	0.21	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26	
0.70	0.53	0.66	0.72	0.74	0.71	Meubles	27	
0.23	0.24	0.36	0.29	0.34	0.52	Gros appareils ménagers	28	
0.23	0.22	0.24	0.25	0.26	0.48	Télévision, radio et musique	29	
						Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30	
0.19	0.17	0.18	0.21	0.19	0.28			
0.35	0.26	0.28	0.29	0.28	0.28	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31	
0.14	0.14	0.19	0.15	0.20	0.49	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32	
0.18	0.14	0.12	0.16	0.34	0.91	Bijouterie	33	
0.24	0.19	0.20	0.15	0.18	0.39	Jouets et jeux	34	
						Articles de sport et valises	35	
0.20	0.28	0.29	0.23	0.30	0.70			
0.39	0.33	0.30	0.37	0.41	0.39	Papeterie, livres et revues	36	
27.70	29.56	26.63	23.92	27.95	34.05	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37	
1.39	1.45	1.56	1.82	2.27	2.59	Repas et casse-croûtes	38	
0.40	0.40	0.42	0.40	0.37	0.72	Services et travaux de réparation	39	
						Tous autres rayons	40	
0.26	0.26	0.30	0.28	0.32	0.51	TOTAL, TOUTS RAYONS	41	

TABLE 28. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Unadjusted, Canada, 1981-1983

TABEAU 28. Montants à recevoir(1), non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983

Month	1981	1982	1983	Change from previous month	Change 1983/1982
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1983/1982
	thousands of dollars			per cent	
	milliers de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,554,350	1,624,889	1,644,028	- 6.3	+ 1.2
February - Février	1,488,706	1,554,529	1,571,443	- 4.4	+ 1.1
March - Mars	1,476,287	1,537,740	1,544,106	- 1.7	+ 0.4
April - Avril	1,483,717	1,536,243	1,563,604	+ 1.3	+ 1.8
May - Mai	1,493,281	1,527,443			
June - Juin	1,501,535	1,505,203			
July - Juillet	1,523,351	1,477,266			
August - Août	1,512,048	1,476,402			
September - Septembre	1,537,138	1,536,070			
October - Octobre	1,550,904	1,554,259			
November - Novembre	1,622,633	1,613,782			
December - Décembre	1,788,145	1,755,331			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 29. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983

TABEAU 29. Montants à recevoir(1), désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983

Month	1981	1982	1983	Change from previous month	Change 1983/1982
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1983/1982
	millions of dollars			per cent	
	millions de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,470.0	1,538.5	1,557.5	+ 1.3	+ 1.2
February - Février	1,480.0	1,551.8	1,569.5	+ 0.8	+ 1.1
March - Mars	1,499.0	1,563.8	1,570.3	+ 0.1	+ 0.4
April - Avril	1,515.0	1,566.1	1,593.7	+ 1.5	+ 1.8
May - Mai	1,537.0	1,567.6			
June - Juin	1,563.0	1,563.0			
July - Juillet	1,615.0	1,560.6			
August - Août	1,595.0	1,554.2			
September - Septembre	1,581.0	1,569.9			
October - Octobre	1,565.0	1,566.3			
November - Novembre	1,570.0	1,563.8			
December - Décembre	1,563.0	1,537.8			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

Department Store Sales and
Stocks, MCD, Seasonal
and Trading Day Factors

Ventes et stocks des grands
magasins MDC et coefficients de
corrections des variations
saisonnnières et des jours
commerciaux

TABLE 30. Department Store Sales, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1983 and 1984

No.	Department	1983						
		MCD	March	April	May	June	July	August
		MDC	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	AOût
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5	86.55	112.71	128.46	111.75	95.95	94.17
2	Women's and misses' coats and suits	6	103.63	98.24	52.50	40.13	47.34	109.64
3	Women's and misses' sportswear	3	88.71	103.10	106.77	96.16	87.46	99.75
4	Furs	12	77.28	27.54	17.16	18.27	53.05	89.69
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	4	86.77	104.34	91.75	87.92	89.11	106.96
6	Girls' and teenage girls' wear	4	93.06	101.28	92.00	87.46	76.86	146.62
7	Lingerie and women's sleepwear	3	73.48	85.64	92.56	89.31	86.77	75.59
8	Intimate apparel	4	95.08	107.88	106.59	110.26	98.61	98.33
9	Millinery	9	58.21	74.25	61.60	58.10	58.96	62.13
10	Women's and girls' hosiery	3	92.99	106.55	95.80	85.56	68.86	81.79
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	3	77.06	89.35	87.79	80.94	66.83	77.09
12	Women's, misses' and children's footwear	5	91.57	111.80	105.24	95.10	74.54	100.79
13	Men's clothing	4	90.66	93.19	87.05	97.47	69.46	84.99
14	Men's furnishings	5	69.84	78.28	79.12	104.10	75.92	74.55
15	Boys' clothing and furnishings	6	80.97	101.56	84.93	83.35	75.31	144.38
16	Men's and boys' footwear	5	83.40	109.56	101.42	103.68	80.38	92.49
17	Food and kindred products	4	91.48	104.61	101.46	89.54	85.73	101.64
18	Toiletries, cosmetics and drugs	2	85.19	91.22	90.45	87.74	86.29	86.92
19	Photographic equipment and supplies	3	73.48	81.43	81.21	102.89	98.90	99.54
20	Piece goods	6	110.86	108.25	99.27	88.90	74.45	95.75
21	Linens and domestics	3	78.56	82.86	88.40	98.02	106.21	98.48
22	Smallwares and notions	4	91.72	91.67	75.80	76.65	82.20	87.03
23	China and glassware	4	77.72	78.25	85.16	85.51	79.31	75.60
24	Floor coverings	5	100.13	99.71	100.23	98.57	98.70	93.85
25	Draperies, curtains and furniture coverings	3	95.87	107.36	102.10	108.16	109.39	97.66
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	83.40	83.90	79.04	83.51	86.27	84.67
27	Furniture	4	96.56	93.56	105.32	104.34	116.43	98.19
28	Major appliances	5	91.07	91.75	97.96	101.44	121.82	97.62
29	Television, radio and music	5	86.59	79.57	72.71	77.45	83.24	89.46
30	Housewares and small electrical appliances	3	73.11	86.74	93.49	91.54	93.18	89.86
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	3	80.03	106.45	120.47	116.46	99.61	90.97
32	Plumbing, heating and building materials	6	85.67	113.37	126.15	118.57	112.24	93.93
33	Jewellery	3	72.35	79.00	85.23	86.99	73.75	76.51
34	Toys and games	4	49.02	68.04	57.34	58.65	63.22	60.77
35	Sporting goods and luggage	3	72.59	101.84	112.29	126.48	107.22	88.33
36	Stationery, books and magazines	4	74.48	79.33	77.63	82.92	74.61	108.76
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5	88.59	102.38	100.00	101.55	99.07	93.28
38	Meals and lunches	3	97.44	95.50	93.92	97.25	94.88	98.62
39	Repairs and services	7	97.29	93.66	95.84	96.26	86.69	90.42
40	All other departments	5	84.68	111.63	130.66	112.70	92.80	90.77
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	2	84.83	94.74	94.43	94.42	88.25	93.81

TABLEAU 30. Ventes des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1983 et 1984

1983		1984				Rayon	N°
September	October	November	December	January	February		
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février		
103.69	93.22	108.44	146.31	55.89	66.75	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-formes pour dames et jeunes filles	1
127.59	161.04	156.67	160.41	74.54	72.63	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
129.30	100.56	115.24	155.13	58.13	65.76	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
91.91	124.90	205.05	240.36	148.20	119.65	Fourrures	4
110.80	108.77	118.30	162.04	68.06	70.30	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
118.13	97.01	118.14	163.50	49.45	63.35	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
96.09	92.04	138.81	263.75	53.15	61.72	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
105.90	88.00	102.98	143.23	74.33	73.30	Sous-vêtements	8
94.53	133.79	213.41	256.33	73.75	60.47	Chapeaux	9
120.83	110.83	116.17	171.97	79.34	73.72	Bas pour dames et fillettes	10
109.51	104.43	151.50	248.17	56.41	57.97	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
128.12	117.55	126.35	139.84	58.48	57.02	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
111.11	108.55	144.85	196.44	61.75	61.18	Vêtements pour hommes	13
96.83	93.60	148.10	274.61	56.25	55.39	Articles d'habillement pour hommes	14
106.71	98.13	121.85	201.72	51.39	55.73	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
116.65	109.96	121.29	163.93	59.55	62.04	Chaussures pour hommes et garçons	16
90.34	93.43	116.82	142.99	82.56	102.13	Produits alimentaires et connexes	17
89.28	93.43	116.38	226.91	74.01	77.66	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
93.34	88.25	115.86	244.11	66.00	61.37	Appareils et fournitures photographiques	19
118.34	117.37	121.69	99.11	82.20	88.03	Tissus à la pièce	20
111.35	100.42	107.79	166.27	101.77	62.42	Literie et linge de maison	21
121.09	113.73	120.84	149.37	105.60	87.76	Menus articles	22
96.88	83.58	140.34	280.41	61.91	63.67	Porcelaine et verrerie	23
102.84	116.25	121.92	104.83	80.44	85.05	Revêtements de plancher	24
102.98	103.67	114.95	118.46	73.05	70.51	Tentures, rideaux et housses	25
96.06	97.40	142.16	228.55	72.27	67.34	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
103.96	97.46	105.53	105.00	97.47	78.73	Meubles	27
110.50	104.10	103.69	114.78	93.28	75.46	Gros appareils ménagers	28
111.07	101.86	135.22	208.02	86.70	72.90	Télévision, radio et musique	29
93.41	92.67	121.92	227.42	66.39	76.31	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
93.34	106.51	103.42	146.78	70.27	69.63	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
100.27	105.68	104.29	102.59	67.61	72.09	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
99.21	82.42	141.93	311.43	44.19	54.97	Bijouterie	33
60.51	100.56	231.85	385.69	33.59	40.16	Jouets et jeux	34
85.02	79.21	104.56	199.66	69.31	58.09	Articles de sport et valises	35
97.06	86.71	125.50	244.00	71.19	73.55	Papeterie, livres et revues	36
89.84	113.91	130.82	139.27	74.87	70.20	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
97.76	99.00	113.13	148.29	84.54	83.69	Repas et casse-croûtes	38
99.25	106.58	135.62	134.05	85.80	82.25	Services et travaux de réparation	39
87.27	88.88	94.75	172.92	67.36	70.06	Tous autres rayons	40
102.59	99.36	124.34	187.33	70.97	70.57	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 31. Department Store Stocks, MCD and Seasonal Factors, 1983 and 1984

No.	Department	1983						
		MCD	March	April	May	June	July	August
		MDC	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	3	104.02	123.86	109.09	86.45	94.02	87.14
2	Women's and misses' coats and suits	4	83.40	78.52	67.85	68.89	126.29	131.00
3	Women's and misses' sportswear	3	102.17	119.47	113.89	92.21	101.18	98.43
4	Furs	5	83.48	88.85	89.25	84.16	91.41	102.75
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	4	86.66	112.06	101.75	90.51	122.18	103.03
6	Girls' and teenage girls' wear	4	93.88	111.60	106.22	89.59	123.48	109.19
7	Lingerie and women's sleepwear	4	92.27	112.28	108.44	89.96	93.30	95.93
8	Intimate apparel	4	93.39	102.85	106.31	92.37	99.00	98.58
9	Millinery	5	66.12	90.93	102.54	73.16	74.79	83.75
10	Women's and girls' hosiery	4	97.47	110.06	108.79	93.94	103.31	111.55
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	3	96.86	109.06	104.39	88.23	95.93	94.72
12	Women's, misses' and children's footwear	3	103.37	117.16	109.44	98.30	101.92	103.19
13	Men's clothing	4	93.31	102.95	102.16	81.63	95.28	114.62
14	Men's furnishings	3	92.79	109.64	106.14	89.70	100.30	101.98
15	Boys' clothing and furnishings	4	89.24	102.44	94.69	87.68	129.74	96.12
16	Men's and boys' footwear	4	99.10	112.56	113.72	95.90	102.90	101.66
17	Food and kindred products	***	***	***	***	***	***	***
18	Toiletries, cosmetics and drugs	4	89.55	105.76	103.37	92.78	97.12	89.08
19	Photographic equipment and supplies	4	84.56	106.42	103.74	87.59	98.36	97.06
20	Piece goods	4	101.32	106.30	102.13	97.53	103.51	100.52
21	Linens and domestics	3	97.75	108.86	110.96	101.91	97.66	91.38
22	Smallwares and notions	4	89.80	110.47	113.04	106.82	111.12	101.77
23	China and glassware	3	95.11	101.17	104.10	96.45	99.13	98.33
24	Floor coverings	4	94.65	102.02	105.08	104.45	103.49	102.84
25	Draperies, curtains and furniture coverings	3	96.58	107.54	107.28	95.59	101.26	94.80
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	3	93.24	100.94	109.55	99.87	102.61	103.75
27	Furniture	2	96.65	112.53	109.28	101.02	100.17	94.92
28	Major appliances	4	98.51	106.82	101.18	93.96	98.50	92.84
29	Television, radio and music	3	95.51	107.43	103.18	97.27	96.07	94.06
30	Housewares and small electrical appliances	3	95.99	108.58	106.28	98.17	99.81	96.85
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	3	94.14	112.01	111.50	98.89	104.60	106.92
32	Plumbing, heating and building materials	***	***	***	***	***	***	***
33	Jewellery	3	96.47	108.44	105.94	93.96	96.08	95.2
34	Toys and games	4	81.34	97.84	89.49	80.32	88.54	106.91
35	Sporting goods and luggage	4	92.01	117.20	115.94	98.93	99.16	94.0
36	Stationery, books and magazines	3	86.09	101.12	105.02	97.52	108.28	104.6
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5	87.97	107.09	107.39	92.81	97.58	99.8
38	Meals and lunches	***	***	***	***	***	***	***
39	Repairs and services	9	81.88	97.82	102.70	93.09	108.68	109.3
40	All other departments	5	103.59	114.53	116.34	101.01	107.04	99.8
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3	93.81	108.59	105.90	93.11	101.77	99.4

TABLEAU 31. Stocks des grands magasins, MDC et coefficients de corrections des variations saisonnières, 1983 et 1984

1983		1984				Rayon	N°
September	October	November	December	January	February		
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février		
87.38	117.75	114.33	90.31	88.33	97.20	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
133.71	154.55	121.65	81.38	70.93	81.51	formes pour dames et jeunes filles	7
90.47	112.00	114.03	81.50	83.33	91.24	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
115.17	129.83	120.08	108.23	97.84	89.48	filles	3
95.88	119.67	107.69	91.06	82.76	86.77	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	4
						Fourrures	5
						Vêtements pour bébés et enfants et articles	
						de chambres d'enfants	
99.45	118.61	115.37	74.39	72.34	85.70	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
93.00	135.73	135.63	79.52	80.96	83.04	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
83.59	107.82	119.22	101.08	102.23	93.33	Sous-vêtements	8
81.54	136.13	168.47	153.93	90.40	79.62	Chapeaux	9
91.18	108.56	107.86	86.88	89.44	90.96	Bas pour dames et fillettes	10
90.42	133.15	129.75	84.39	84.21	88.79	Gants, moufles et articles de parure pour	11
91.86	110.22	99.34	93.06	81.93	90.43	dames et fillettes	12
99.15	127.72	120.76	98.32	73.64	90.44	Chaussures pour dames, jeunes filles et	13
99.69	132.58	120.90	76.04	82.95	87.28	enfants	14
97.47	129.60	109.21	81.66	86.77	95.28	Vêtements pour hommes	15
						Articles d'habillement pour hommes	
						Vêtements et articles d'habillement pour	
						garçons	
89.69	119.89	105.52	91.79	82.61	84.89	Chaussures pour hommes et garçons	16
85.86	126.00	130.31	93.01	101.83	85.44	Produits alimentaires et connexes	17
88.38	131.96	127.51	86.73	98.86	88.69	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
90.39	109.91	100.28	100.00	90.37	97.64	caments	19
						Appareils et fournitures photographiques	20
						Tissus à la pièce	
32.59	104.22	109.69	103.37	94.73	96.75	Literie et linge de maison	21
70.90	103.69	94.03	102.23	89.84	86.43	Menus articles	22
92.15	108.53	112.97	111.82	88.65	91.77	Porcelaine et verrerie	23
18.57	104.19	95.26	107.72	96.70	94.85	Revêtements de plancher	24
15.16	106.65	101.99	106.03	100.78	96.22	Tentures, rideaux et housses	25
3.25	121.86	112.76	84.13	88.28	89.57	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
4.13	100.55	99.68	110.94	95.46	94.25	d'ameublement pour la maison	27
4.11	102.88	109.20	112.05	96.79	102.67	Meubles	28
16.99	111.93	118.02	104.96	94.11	90.25	Gros appareils ménagers	29
1.64	114.94	115.80	89.61	94.08	87.98	Télévision, radio et musique	30
						Articles de ménage et petits appareils élec-	
						triques	
3.28	111.48	106.92	92.79	85.00	86.87	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
...	etc.	32
5.27	117.54	124.66	91.45	90.96	93.13	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	33
1.19	171.84	136.99	57.40	84.76	81.58	truction	34
1.82	128.64	112.33	87.56	77.23	82.10	Bijouterie	35
						Jouets et jeux	
						Articles de sport et valises	
0.05	122.92	121.55	82.06	89.61	85.30	Papeterie, livres et revues	36
0.58	121.18	113.39	94.52	91.83	90.72	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
...	réparation et fournitures	38
0.96	128.46	113.06	89.78	89.82	80.78	Repas et casse-croûtes	39
0.28	119.48	116.66	75.25	72.36	78.68	Services et travaux de réparation	40
...	Tous autres rayons	41
0.77	119.27	114.09	93.27	89.59	89.30	TOTAL, TOUTS RAYONS	

LIST OF DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - LISTE DES ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS

MAJOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS TRADITIONNELS

Ayre's Ltd., Water St., St. John's, Newfoundland
Bowring Bros. Ltd., 281 Water St., St. John's, Newfoundland
Caplan, C., Ltd., 135 Rideau St., Ottawa, Ontario
Eaton, T., Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario
Goudies Ltd., 22 King St. W., Kitchener, Ontario
Holman, R.T., Ltd., Water St., Summerside, Prince Edward Island
Hougens Ltd., 305 Main St., Whitehorse, Yukon
Hubert, Magasin J.O., Ltée, 163-165 rue Principale, Maniwaki, Québec
Hudson's Bay Co., 2 Bloor St. E., Toronto, Ontario
Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd., 4910-50th St., Lloydminster, Saskatchewan
Ogilvy, Charles, Ltd., 126 Rideau St., Ottawa, Ontario
Ogilvy's, James A., Ltd., Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec
Right House, The, Co. Ltd., 35-41 King St. E., Hamilton, Ontario
Robinson, The G.W., Co. Ltd., 18 James St., Hamilton, Ontario
Simpsons Ltd., 401 Bay St., Toronto, Ontario
Simpson Sears Ltd., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario
Smith & Chapple Ltd., 24 Birch St., Chapleau, Ontario
Woodward Stores (Alta.) Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia
Woodward Stores (B.C.) Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

JUNIOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS POPULAIRES

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario
Sentry Dep't. Stores Ltd., 1650 Avenue Rd., Toronto, Ontario
Steinberg Inc., Miracle Mart Division, 5151 Thimens, St-Laurent, Québec
Towers Department Stores Ltd., 6509 Airport Rd., Mississauga, Ontario
Woolco Department Stores, c/o F.W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario
Zeller's Ltd., 5250 Decarie Blvd., Montréal, Québec

SELECTED PUBLICATIONS

Following are publications of the Merchandising and Services Division in the Retail Trade sector.

Catalogue

- 3-002 Department Store Sales and Stocks. M. Bil. 36 pp. First Issue, 1938. (ISSN 0380-7045).

Total sales and number of outlets, by province and selected metropolitan area, and sales and inventories by department, Canada.

- 3-004 Department Store Sales by Regions. Advance Release. M. Bil. 1 pp. First Issue, 1950. (ISSN 0709-8650).

Total sales and percentage changes of sales, by region.

- 3-005 Retail Trade. M. Bil. Approx. 65 pp. First Issue, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total retail sales by province and kind of business, for chain and independent stores; seasonally adjusted sales, Canada.

- 3-007 New Motor Vehicle Sales. M. Bil. Approx. 15 pp. First Issue, 1932. (ISSN 0705-5595).

Number and value of new passenger cars, trucks and buses sold by province and by origin (Canada and U.S. or imported). Monthly unit sales, by type and origin, seasonally adjusted.

- 3-014 Merchandising Inventories. M. Bil. 24 pp. First Issue, 1972. (ISSN 0380-7177).

Inventories and stocks/sales ratios, by type of trade for wholesale, by department for department stores, by kind of business for chain stores and independent stores: quarterly percentage changes for independent stores by kind of business.

- 3-210 Retail Chain and Department stores. A. Bil. Approx. 74 pp. First Issue, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total retail sales by chain and department stores including data on floor area, inventory and accounts receivable.

CHOIX DE PUBLICATIONS

Les publications suivantes se trouvent à la Section du commerce de détail, Division du commerce et des services.

Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M. Bil. 36 pages. Premier numéro, 1938. (ISSN 0380-7045).

Ventes totales et nombre de points de ventes par provinces et certaines régions métropolitaines, ventes et stocks par rayon, Canada.

- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M. Bil. 1 page. Premier numéro, 1950. (ISSN 0709-8650).

Variations en pourcentage et ventes par région.

- 63-005 Commerce de détail. M. Bil. Environ 65 pages. Premier numéro, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total des ventes au détail par province et genre de commerce, pour les magasins à succursales et les magasins indépendants; chiffres désaisonnalisés, Canada.

- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M. Bil. Environ 15 pages. Premier numéro, 1932. (ISSN 0705-5595).

Nombre et valeur des voitures particulières, des camions et des autobus neufs vendus par province et par lieu d'origine (Canada et É.-U. ou importés). Ventes unitaires mensuelles selon le type et l'origine, après désaisonnalisation.

- 63-014 Stocks commerciaux. M. Bil. 24 pages. Premier numéro, 1972. (ISSN 0380-7177).

Stocks et rapports stocks/ventes, par genre de commerce pour le commerce de gros, par rayon pour les grands magasins et par genre de commerce pour les magasins à succursales et magasins indépendants: variations trimestrielles en pourcentage pour les magasins indépendants suivant le genre de commerce.

- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A. Bil. Environ 74 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total des ventes au détail pour les magasins à succursales et les grands magasins, incluant des données sur la superficie total, des stocks, et comptes à recevoir.

Catalogue

- 63-213 Vending Machine Operators. A. Bil. 21 pp. First Issue, 1958. (ISSN 0527-6411).

Sales of merchandise through automatic vending machines, by type of machine and location, Canada and provinces.

- 63-218 Direct Selling Canada. A. Bil. 14 pp. First Issue, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Sales of various commodities by method of distribution; door-to-door, mail order, etc.

- 63-219 Campus Book Stores, A. Bil. Approx. 8 pp. First Issue, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Retail sales by commodities, employees and payroll, by regions, provinces and Canada, for academic years.

- 63-224 Market Research Handbook. A. Bil. 700 pp. First Issue, 1975. (ISSN 0590-9325).

The data covers such topics as general economic indicators, population characteristics, personal income and expenditure and household facilities.

- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O. Bil. 695 pp. (ISBN 0-660-506-13-0). The publication provides revised retail trade estimates for the years 1972 to 1979, both unadjusted and seasonally adjusted and also sections on definitions, concepts, classifications, methodology and data reliability.

Operating Results - Retail Trades. O. Bil. 29 pp. First Issue, 1974.

Reports in the Operating Results series contain ratios (percentages of net sales) for: purchases, inventories, cost of goods sold, gross profit, operating expense items and net profit.

Catalogue

- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A. Bil. 21 pages. Premier numéro, 1958. (ISSN 0527-6411).

Ventes de marchandise selon le genre de machine et l'emplacement, Canada et provinces.

- 63-218 La vente directe au Canada. A. Bil. 14 pages. Premier numéro, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Ventes de divers produits, par mode de distribution: démarchage, poste, etc.

- 63-219 Librairies de campus. A. Bil. Environ 8 pages. Premier numéro, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Ventes au détail par article, ainsi que le nombre d'employés et la paye, par région par province et au Canada par année scolaire.

- 63-224 Manuel statistique pour études de marché. A. Bil. 700 pages. Premier numéro, 1975. (ISSN 0590-9325).

Les données portent sur des sujets tels que les indicateurs économiques généraux, les caractéristiques de la population, le revenu et les dépenses des particuliers et l'équipement ménager.

- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S. Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0). Cette publication contient des données brutes et désaisonnées, révisées de 1972 à 1979, des sections sur les définitions, les concepts, le classement, la méthodologie ainsi que des renseignements sur la fiabilité des données.

Résultats d'exploitation - Commerce de détail. H.S. Bil. 29 pages. Premier numéro, 1974.

Les bulletins de la série des Résultats d'exploitation contiennent des ratios (pourcentages des ventes nettes) pour les achats, les stocks, le coût des biens vendus, les bénéfices bruts, les dépenses d'exploitation et les bénéfices nets.

Catalogue

The following reports on Operating Results are available.

- 63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1979
- 63-604 Independent Women's Retail Clothing Stores, 1975
- 63-605 Independent Retail Hardware Stores, 1976
- 63-606 Retail Shoe Stores, 1977
- 63-607 Retail Drug Stores, 1978
- 63-608 Retail Florists, 1979
- 63-609 Independent Retail Jewellery Stores, 1978
- 63-610 Retail Hardware Stores, 1980
- 63-611 Women's Retail Clothing Stores, 1980
- 63-612 Retail Family Clothing Stores, 1980

. - Monthly A.- Annual Bil.- Bilingual
.- Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available free on request from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue

Les publications suivantes sur les résultats d'exploitation sont maintenant disponibles.

- 63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1979
- 63-604 Magasins indépendants de vente au détail de vêtements pour dames, 1975
- 63-605 Magasins indépendants de vente au détail de quincaillerie, 1976
- 63-606 Magasins de vente au détail de chaussures, 1977
- 63-607 Pharmacies au détail, 1978
- 63-608 Magasins de fleuristes, vente au détail, 1979
- 63-609 Magasins indépendants de vente au détail de bijouterie, 1978
- 63-610 Magasins de vente au détail de quincaillerie, 1980
- 63-611 Magasins de vente au détail de vêtements pour dames, 1980
- 63-612 Magasins de vente au détail de vêtements pour la famille, 1980

M. - Mensuel A.- Annuel Bil.- Bilingue
H.S. - Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et social du Canada. On peut se procurer gratuitement un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Department store sales and stocks

May 1983

Ventes et stocks des grands magasins

Mai 1983



Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Merchandising and Services Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V4 (Telephone: 996-9304) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (992-4734)	Edmonton (420-3027)
Toronto (966-6586)	Vancouver (666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	Zenith 0-7037
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
British Columbia (South and Central)	112-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by NorthwestTel Inc.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories (area served by NorthwestTel Inc.)	Zenith 2-2015

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales and Services, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V7.

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section de commerce détail,
Division du commerce et des services,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V4 (téléphone: 996-9304) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (992-4734)	Edmonton (420-3027)
Toronto (966-6586)	Vancouver (666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	Zénith 0-7037
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
Colombie-Britannique (sud et centrale)	112-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Zénith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Zénith 2-2015

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes et de la distribution des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V7.

Statistics Canada
Merchandising and Services Division
Retail Trade Section

Statistique Canada
Division du commerce et des services
Section du commerce de détail

Department store sales and stocks

May 1983

Ventes et stocks des grands magasins

Mai 1983

Published under the authority of
the Minister of Supply and
Services Canada

Statistics Canada should be credited when
reproducing or quoting any part of this document

© Minister of Supply
and Services Canada 1983

August 1983
5-3406-503

Price: Canada, \$3.15, \$31.50 a year
Other Countries, \$3.80, \$37.80 a year

Catalogue 63-002, Vol. 48, No. 5

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par
le ministre des Approvisionnements et
Services Canada

Reproduction ou citation autorisée sous réserve
d'indication de la source: Statistique Canada

© Ministre des Approvisionnements
et Services Canada 1983

Août 1983
5-3406-503

Prix: Canada, \$3.15, \$31.50 par année
Autres pays, \$3.80, \$37.80 par année

Catalogue 63-002, vol. 48, n° 5

ISSN 0380-7045

Ottawa

SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or, in this publication less than half unit expressed.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the CANSIM staff, Current Economic Analysis Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-995-7406), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

SIGNES CONVENTIONNELS

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou, dans la présente publication, inférieur à la moitié de l'unité exprimée.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrice n° 112) sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel CANSIM, Division de l'analyse de conjoncture, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-995-7406), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

TABLE OF CONTENTS

	Page
Introduction	vii
Definitions	viii
Methodology	ix
Data Reliability	x
Non-sampling Errors	x
Non-sampling Error Measures	xi
Seasonal Adjustment	xiii
Constant Dollar Estimates	xiv
Data Confidentiality	xvi
Explanatory Notes	xvi
Charts	
Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983	xviii
Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983	xviii
Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1981-1983	xix
Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1981-1983	xx
Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1981-1983	xx
Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization	xxi
Highlights	xxiii
Appendix	
Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983	2

TABLE DES MATIÈRES

	Page
Introduction	vii
Définitions	viii
Méthodologie	ix
Fiabilité des données	x
Erreurs non liées à l'échantillonnage	x
Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage	xi
Désaisonnalisation	xiii
Estimations en dollars constants	xiv
Confidentialité des données	xvi
Notes explicatives	xvi
Graphiques	
1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1981-1983	xviii
2. Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1981-1983	xviii
3. Ventes des grands magasins et commerce de détail Total, par mois, Canada, 1981-1983	xix
4. Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1981-1983	xx
5. Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983	xx
6. Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisation	xxi
Points saillants	xxiii
Tableau	
1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	2

Table

2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983	4
3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983	6
4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	6
5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983	8
6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	8
7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983	10
8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	10
9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983	12
10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	12
11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983	14
12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	14
13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983	16
14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	16
15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983	18
16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983	19

Tableau

2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1982 et 1983
3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1982 et 1983
4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983
5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983
6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983
7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983
8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983
9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1982 et 1983
10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983
11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983
12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983
13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983
14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983
15. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983
16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1982 et 1983

	Page		Page
Table		Tableau	
7. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	19	17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	19
8. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983	20	18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983	20
9. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	20	19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	20
10. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983	21	20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983	21
11. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	21	21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	21
12. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1981-1983	22	22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1981-1983	22
13. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981-1983	23	23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1981-1983	23
14. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, 1982 and 1983	24	24. Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	24
15. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983	26	25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1982 et 1983	26
16. Department Store Monthly Stock-Sales Ratios, by Department, Canada, 1982 and 1983	28	26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	28
17. Department Store Monthly Sales-Stock Ratios, by Department, 1982 and 1983	30	27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	30
18. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted, Canada, 1981-1983	32	28. Montants à recevoir, non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983	32
19. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983	32	29. Montants à recevoir, désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983	32
20. Department Store Sales and Stocks MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1983	34	30. Ventes et stocks des grands magasins, MCD et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1983	34
21. List of Department Store Organizations	36	Liste des organisations de grands magasins	36
22. Selected Publications	37	Choix de publications	37

INTRODUCTION

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services. A "List of Department Store Organizations" can be found at the end of this publication.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Merchandising and Services Division, to be utilized. (The census also measures the activities of "establishments", however, this concept is not used in the monthly survey of department stores.) Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. For example, non-department store locations are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure with the catalogue sales activity of department store organizations classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its leased departments, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as **one** structure, rather than as a number of smaller stores.

INTRODUCTION

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971. La "Liste des organisations de grands magasins" est donnée à la fin de cette publication.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division du commerce et des services. (Le recensement mesure également les activités des "établissements", toutefois cette unité d'observation n'est pas utilisée dans l'enquête mensuelle sur les grands magasins.) En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les firmes déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les rayons de concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement **unique** et non comme un regroupement de petits magasins.

Definitions

Retail Location

A retail location, as defined by Statistics Canada, is a business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public for household or personal consumption.

Department Store

A retail location is defined as a department store outlet if it possesses the following characteristics. It must sell the following general lines of merchandise:

Family clothing and apparel. This commodity group is composed of some or all of the following lines: women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms; women's and misses' coats and suits; women's and misses' sportswear; furs; infants' and children's wear; girls' and teenage wear; lingerie and women's sleepwear; intimate apparel; millinery; women's and girls' hosiery; women's and girls' gloves, mitts and accessories; women's, misses' and children's footwear; men's clothing; men's furnishings; boys' clothing and furnishings; men's and boys' footwear. **Note:** The outlet must sell at least six of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being men's and boys' clothing or furnishings. At least 20% of the outlet's total sales must be derived from the family clothing and apparel group.

Furniture, appliance and home furnishings. This commodity group is composed of some or all of the following lines: linens and domestics; china and glassware; home furnishings; furniture, wooden and upholstered goods for living room, dining room and bedroom; major appliances; television, radio and music; hardware and housewares. **Note:** The outlet must sell at least four of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being furniture (wooden and upholstered goods for dining room and/or living room and/or bedroom). At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the furniture, appliance and home furnishings group.

All other (miscellaneous). This category includes all commodities sold by the outlet but not shown above, such as: toiletries, cosmetics and drugs; photographic equipment and supplies; piece goods; notions and smallwares; jewellery; sporting goods and luggage; stationery, books and magazines; and food. **Note:** The outlet must sell at

Définitions

Point de vente au détail

Suivant la définition de Statistique Canada, un point de vente au détail est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle.

Grand magasin

Un point de vente au détail est un grand magasin s'il possède les caractéristiques suivantes:

Vêtements pour la famille. Ce groupe comprend les articles suivants: robes pour dames et jeunes filles, robes de ménage, tabliers et uniforme; manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles; vêtements de sport pour dames et jeunes filles; fourrures; vêtements de bébés et d'enfant; vêtements de fillettes et d'adolescentes; lingerie et vêtements de nuit pour dames; sous-vêtements; chapeaux; bas pour dames et fillette; gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes; chaussures pour dames, jeunes filles et enfants; vêtements pour hommes; articles d'habillement pour hommes; vêtements et articles d'habillement pour garçons; chaussures pour hommes et garçons. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins six des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être les vêtements ou articles d'habillement pour hommes et garçons. Au moins 20% des ventes globales du magasin doivent être faites dans le groupe de vêtements pour la famille.

Meubles, appareils et articles d'ameublement ménager. Ce groupe comprend les articles suivants: literie et linge de maison; porcelaine; verrerie; articles d'ameublement ménager; meubles, de bois ou rembourrés, pour salle de séjour, salle à manger ou chambre à coucher; appareils, télévision, radio et musique; quincaillerie et articles de ménage. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins quatre des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être des meubles (de bois ou rembourrés pour salle à manger et (ou) salle de séjour et (ou) chambre à coucher). Au moins 10 % des ventes globales du magasin doivent provenir du groupe des meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.

Tous autres articles (divers). Cette catégorie comprend toutes les marchandises que tient le magasin, mais qui ne figurent pas ci-dessus, telles que: articles de toilette, cosmétiques, médicaments; appareils et fournitures photographiques; tissus à la pièce; mercerie et menus articles; bijouterie; articles de sport et valises; papeterie, livres et revues; et aliments.

least **three** different commodity lines with not one of these lines representing more than 50% of the **total** store sales. At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the all other or miscellaneous groups.

Total net sales and receipts are defined as the total sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, restaurant and other services, less returns, adjustments and discounts. Trade-in allowances are not deducted. Commissions earned from the sales of goods owned by others and proprietors' withdrawals of goods (at retail) for personal use are included. Non-trading revenues, bad debts recovered and direct sales taxes are excluded.

Stocks are defined as the selling value of inventory on hand at the end of the month or as at the end of the fiscal period falling nearest the end of the calendar month.

Accounts receivable are defined as customers' accounts and notes receivable as at the end of the month, as well as all new credit granted during the month, less payments received. Accounts discounted with banks, paper sold to sales finance companies, or amounts owing on account of credit-card plans, are excluded. Accounts receivable used as security for bank loans are not considered as discounted if still payable and are therefore included.

Junior Department Stores are defined as retailing entities which sell the same wide range of goods (see department store definition) that are sold in the more traditional (major) department stores and are popularly described as discount operations.

Methodology

The **monthly sales values**, published at the Canada, provincial and metropolitan area levels, are based on the universe of department store organizations. A 100% response rate is aimed for each month with the publication usually delayed if large department store organizations have not responded in time. The monthly sales figures are estimated when necessary, due only to late response, by applying an imputation method which is unique to each organization.

The **monthly sales values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdown of sales. The percentage

Nota: Le magasin doit tenir au moins **trois** des séries mentionnées ci-dessus, dont aucune ne doit représenter plus de 50% des ventes **globales** du magasin. Au moins 10% des ventes globales du magasin doivent provenir des groupes tous autres articles ou divers.

Les **ventes et recettes nettes totales** sont définies comme le total des ventes de marchandises neuves et usagées et des recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres services, moins les rendus, les rajustements et les remises. La valeur des reprises n'est pas déduite. Les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel sont comptées. Les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente directes sont exclus.

Les **stocks** englobent la valeur marchande des stocks détenus à la fin du mois ou de la période financière la plus rapprochée.

Par **comptes à recevoir** on entend les comptes et billets à recevoir des clients à la fin du mois, ainsi que de tout nouveau crédit consenti au cours du mois, moins les paiements reçus. Les comptes escomptés à la banque, les titres vendus à des sociétés de financement des ventes et les montants dus en vertu d'un régime de cartes de crédit ne sont pas comptés. Les comptes à recevoir servant à garantir un emprunt bancaire ne sont pas considérés comme étant escomptés s'ils sont encore payables; ils sont donc inclus.

Les **grands magasins populaires** sont définis comme étant des points de ventes au détail qui offre la même vaste gamme d'articles (voir la définition d'un grand magasin) que les grands magasins traditionnels et qui sont généralement considérés comme des magasins à prix réduits.

Méthodologie

Le **chiffre des ventes mensuelles**, publié pour le Canada, les provinces et les régions métropolitaines, est établi en fonction de l'univers des sociétés de grands magasins. Puisque l'on vise chaque mois un taux de réponse de 100%, la publication est habituellement retardée si une grande firme n'a pas fait parvenir sa déclaration dans les délais prévus. Dans le cas d'une réponse tardive, il est possible de calculer un chiffre estimatif des ventes mensuelles grâce à une méthode d'imputation qui est unique à chaque firme.

Le **chiffre des ventes mensuelles par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes. La répartition en pourcentage des ventes

distributions of sales by department, calculated from the reporting organizations, are applied to the monthly Canada sales total in order to provide an estimate of sales by department at the Canada level.

The monthly stock values by department, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdowns of sales and stocks. A stock-to-sales ratio for each department, calculated from the reporting organizations, is applied to the corresponding department's monthly sales estimate in order to provide an estimate of stocks by department at the Canada level.

The monthly accounts receivable values, published at the Canada level, are based on a panel of department store organizations which are known to have accounts receivable. Data for late respondents are estimated by applying the monthly percentage change in accounts receivable, calculated from the reporting organizations, to the previous month's data of each organization that was late in reporting.

Data Reliability

Non-sampling Errors

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the organizations listed at the end of this publication. The survey can be considered as a complete census of the population under consideration and therefore not subject to sampling errors; however, even under a census situation, with a complete enumeration each month of all known department store locations, errors in published data can occur. These errors, called non-sampling errors, are present whether a sample or a complete census of the population is taken and can be attributed to one or more of the following sources:

Coverage error. This error can result from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

Data response error. This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses under different modes of communication.

par rayon obtenues auprès des firmes déclarant est appliquée au chiffre mensuel des ventes totales pour le pays afin d'établir une estimation des ventes par rayon pour l'ensemble du Canada.

Le chiffre des stocks mensuels par rayon publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes et des stocks. Pour chaque rayon, le rapport des ventes aux stocks (calculé à partir des déclarations des firmes) est appliqué à l'estimation des ventes mensuelles afin de produire une estimation des stocks pour le Canada.

Le chiffre des comptes à recevoir mensuel pour l'ensemble du pays provient des sociétés de grands magasins qui ont de tels comptes. Les données relatives aux enquêtes retardataires sont estimées comme suit: on calcule d'abord la variation en pourcentage des comptes à recevoir des firmes déclarantes, puis on la fait porter sur les chiffres du mois précédent de la firme retardataire.

Fiabilité des données

Erreurs non liées à l'échantillonnage

L'enquête mensuelle sur les ventes et stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins énumérées à la fin de cette publication. Étant donné qu'elle peut être considérée comme un recensement exhaustif de la population observée, elle ne risque pas de comporter des erreurs d'échantillonnage. Par contre, même les données publiées d'un recensement qui dénombre intégralement à chaque mois l'ensemble des points de vente connus des grands magasins peuvent être entachées d'erreurs. Celles-ci, dites non liées à l'échantillonnage, se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

Le champ couvert par l'enquête. L'erreur résulte d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

La réponse. Ici, l'erreur peut être attribuée à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, à des variations, d'un interviewer à l'autre du mode de communication retenu, lorsqu'il s'agit d'expliquer des questions et d'interpréter les réponses.

Non-response error. Some respondents may refuse to answer questions, some are unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally increases with increases in the non-response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

Processing error. These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc.

Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control so that their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates of this publication all attempts have been made to minimize the non-sampling errors: department store locations have been defined in a most precise manner; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations; detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; and every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response error.

Non-sampling Error Measures

One source of non-sampling error is the non-response error. Text Table I assists users in evaluating this error. Two response measures are derived, namely, the **response rate**, which is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication and the **response fraction**, which is a measure of the true response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data.

The units used in the Department Store Sales and Stocks Survey for derivation of the response rate is based on (1) the survey unit - the 10 provinces, the two territories and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations and (2) the organizational unit - the department store firm (company) themselves. For example, a department store firm reporting for 20 stores in Ontario would be considered as one survey

La non-réponse. Certains enquêtés refusent de répondre, tandis que d'autres en sont incapables et encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur les non-répondants, lorsque celles-ci existent. On ne connaît généralement pas l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure qu'augmente le taux de non-réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

Le traitement. L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération et la totalisation.

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. En outre, il faut les cerner de sorte qu'elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. En ce qui concerne les estimations du présent bulletin, tout a été mis en oeuvre afin de minimiser ce genre d'erreurs. Ainsi, les points de vente des grands magasins ont été définis avec beaucoup de précision; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum le nombre d'interprétations éventuelles; les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; enfin, on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage

Parmi les erreurs non liées à l'échantillonnage, on retrouve l'erreur de non-réponse. Le tableau explicatif I donne deux mesures de la réponse qui aideront l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. Le **taux de réponse** représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication. La **fraction de réponse**, par contre, est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés.

Les unités utilisées pour calculer le taux de réponse de l'enquête sur les ventes et les stocks des grands magasins est fondée sur (1) les unités d'enquête - soit les 10 provinces, les deux territoires et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente et (2) les unités organisationnelles - les sociétés des grands magasins elles-mêmes. Par exemple, une société de grands magasins qui produit une déclaration pour 20 magasins en Ontario est considérée comme une unité d'en-

unit and one organizational unit while a firm reporting for five stores in Vancouver, 10 in British Columbia (excluding Vancouver) and two in Yukon would be considered as three survey units but only one organizational unit.

The data variables under consideration for derivation of the **response fraction** are sales, stocks and accounts receivable.

Text Table I gives the reliability of the survey data with respect to the non-response error. The response rate is given as the percentage of survey units and the corresponding organizational units which have responded in time for inclusion in this publication. The response fraction is given as the percentage of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores. For example, a cell of 20 organizational units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25% in terms of these units. If the five units represented \$8 million out of a published estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%. In cases such as these, the response rate alone would tend to underestimate the reliability of the estimate and both measures should be considered.

quête et une unité organisationnelle alors qu'une firme dont la déclaration porte sur cinq magasins à Vancouver, 10 en Colombie-Britannique (sauf Vancouver) et deux au Yukon représente trois unités d'enquête mais seulement une unité organisationnelle.

Les variables dont il faut tenir compte pour calculer la **fraction de réponse** sont les ventes, les stocks et les comptes à recevoir.

Le tableau explicatif I donne la fiabilité des données d'enquête en matière d'erreurs dues à non-réponse. Le taux de réponse représente le pourcentage des unités d'enquête et des unités organisationnelles correspondantes qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans le présent bulletin. Par contre, la fraction de réponse constitue le pourcentage des données publiées qui sont fondées sur des renseignements effectivement déclarés par les grands magasins. Par exemple, le taux de réponse d'une cellule comportant 20 unités organisationnelles dont cinq répondent lors d'un mois donné atteindrait 25%. Cependant, si les cinq unités représentent \$8 millions sur l'estimation publiée de \$10 millions, la fraction de réponse s'élèverait à 80%. Comme le taux de réponse aurait, à lui seul, tendance à déprécier la fiabilité de l'estimation, dans un tel cas, il faudrait tenir compte de deux unités de mesure.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1983
May

TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1983
Mai

	Response rate		Response fraction
	Taux de réponse		Fraction de réponse
	Survey units	Organizational units	
	Unités d'enquête	Unités organisationnelles	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	99.1	95.8	99.9
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	58.3	88.9
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	37.5	62.2
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	93.3	99.9

Seasonal Adjustment

Time series contain the elements essential to the description, explanation and forecasting of the behaviour of an economic phenomenon: "They are statistical records of the evolution of economic processes through time."⁽¹⁾ In using time series to observe economic activity, economists and statisticians have identified four characteristic behavioural components: the long-term movement or trend, the cycle, the seasonal (variations) and the irregular (fluctuations). These movements are caused by various economic, natural or institutional factors. The seasonal variations occur periodically on a more or less regular basis over the course of the year as a result of seasonal changes in weather, statutory holidays and other events which occur at fairly regular intervals and thus have a major impact on the rate of economic activity.

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X-11-ARIMA seasonal adjustment method⁽²⁾ to seasonally adjust its time series. This method minimizes the impact of seasonal variations on the series and essentially consists of adding one year of raw data onto each end of the original series before it is seasonally adjusted per se. The estimated data are derived from forecasts and backcasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

The X-11 part of the X-11-ARIMA program uses primarily the ratio-to-moving average method to smooth the modified series and obtain a preliminary estimate of the trend-cycle, to calculate the ratios of the original series (fitted) to the estimates of the trend-cycle and to estimate the seasonal factors from these ratios. The final seasonal factors are produced only after these operations have been repeated several times.⁽³⁾ These procedures, used to determine the seasonal factors necessary to calculate the final seasonally adjusted data, are, since May 1983, executed every month instead of once a year. This permits

Désaisonnalisation

Les séries temporelles ou chronologiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. "Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps"⁽¹⁾. L'observation par les économistes et les statisticiens de l'activité économique à l'aide des séries temporelles a donc permis de distinguer quatre composantes principales du comportement des séries temporelles: la tendance à long terme ou trend, le mouvement cyclique, les variations saisonnières et les fluctuations irrégulières ou accidentelles. Ces mouvements sont causés par différents facteurs, soit économiques, naturels ou institutionnels. Les variations saisonnières sont les fluctuations périodiques plus ou moins régulières qui se produisent au cours d'une année en raison du cycle météorologique normal, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles avec une certaine régularité pour influencer de façon significative le taux d'activité.

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et de produire une meilleure prédiction, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI⁽²⁾ afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. Cette technique consiste essentiellement à ajouter une année de données brutes à chacune des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolations prospectives et retrospectives réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressifs à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

La partie X-11 du programme X-11-ARMMI fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série modifiée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, pour calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle et pour estimer les facteurs saisonniers à partir de ces dits rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises⁽³⁾. Ces étapes déterminant les facteurs saisonniers nécessaires au calcul des données désaisonnalisées finales, sont depuis mai 1983, exécutées à chaque mois au lieu d'une seule fois par an. Il nous est donc possible de mettre

(1) "A Note on the Seasonal Adjustment of Economic Time Series," **Canada Statistical Review**, August 1974.

(2) For further information see the **X-11-ARIMA Seasonal Adjustment Method**, by Estella Bee Dagum, Statistics Canada, Catalogue 12-564E, Occasional.

(3) See next page.

(1) La désaisonnalisation des séries temporelles économiques: quelques remarques; tiré à part de la **Revue statistique du Canada**, Août 1974.

(2) Pour plus ample information voir la **méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI**, par Estella Bee Dagum, Statistique Canada, no. 12-564F au catalogue, hors série.

(3) Voir page suivante.

us to update each month the reference series from which we derive the final estimations of the seasonal factors with the previous month's revised data. However, in order to obtain the preliminary seasonally adjusted value for the current month's sales, a projected seasonal factor is used (derived from previous month's data.)

While seasonal adjustment permits a better understanding of the underlying trend-cycle of a series, the seasonally-adjusted series still contains an irregular component. Slight month-to-month variations in the seasonally adjusted series may be simple irregular movements; to get a better idea of the underlying trend, then, users must examine several months of seasonally adjusted series.

To assist the user, the Months of Cyclical Dominance number, MCD, is provided.(3) The MCD is the shortest monthly span for which a certain ratio becomes and remains less than one, that is, the ratio for which the absolute average percentage change of the trend-cycle of the seasonally adjusted series becomes greater than the absolute average percent change of the irregular component. The MCD can be interpreted as the number of months over which a change in the seasonally adjusted series must move in a given direction before one can be reasonably certain that the trend-cycle of that series also has moved in the given direction. Clearly small MCD's are desirable and indicative of a smooth series. Applying a moving average to the seasonally adjusted data of MCD length tends to smooth irregular movements which may obscure the underlying trend-cycle. The MCD moving average provides a method of reducing all types of series to approximately the same degree of smoothness whatever the size of the irregular component in the original series.

Constant Dollar Estimates

To obtain constant dollar estimates of total department store sales (Text Table II), estimates of sales by department group are deflated using department group implicit price indices supplied by the Industry Product Division of Statistics Canada. These deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars. The published price index is an implicit index calculated by dividing the total current dollar sales estimate by the total constant dollar sales estimate.

(3) See Tables 30.

à jour mensuellement les séries de référence desquelles on dérive les estimations finales de facteurs saisonniers, en employant les données les plus récentes disponibles. Toutefois, afin d'obtenir la valeur préliminaire des ventes désaisonnalisées pour le mois courant, on utilise une prévision du facteur saisonnier fondée sur les données disponibles le mois précédent.

Bien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent n'être que simples mouvements irréguliers; pour avoir une meilleure idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

À cette fin, on retient l'usage des mois de dominance cyclique, ou MDC.(3) Il s'agit du plus petit nombre de mois pour lesquels un certain rapport devient et reste inférieur à l'unité; autrement dit, il s'agit de la période pendant laquelle le taux de variation moyen absolu de la tendance-cycle de la série désaisonnalisée est supérieur à celui de la composante irrégulière. Le MDC peut être considéré comme le nombre de mois que doit durer une variation de la série désaisonnalisée dans une direction donnée avant qu'on puisse être raisonnablement certain que la tendance-cycle de la série évolue dans la même direction. Ainsi, un MDC peu élevé est souhaitable puisqu'il indique la présence d'une série lisse. L'application d'une moyenne mobile aux données désaisonnalisées de période égale au MCD tend à lisser les mouvements irréguliers pour ne dissimuler la tendance-cycle fondamentale. La méthode de la moyenne mobile du MCD permet de réduire tous les genres de série à peu près au même niveau de lissage, quelle que soit la taille de la composante irrégulière dans la série initiale.

Estimations en dollars constants

Afin d'obtenir la valeur estimative de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants (tableau explicatif II), les estimations des ventes relatives aux principaux groupes de départements sont dégonflées au moyen des indices implicites de prix appropriés fournis par la Division du produit industriel de Statistique Canada. Les estimations de ces groupes de ventes ainsi dégonflées sont par la suite totalisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants. L'indice des prix qui est publié est un indice implicite obtenu en divisant le chiffre estimatif des ventes totales en dollars courants par l'estimation correspondante en dollars constants.

(3) Voir les tableaux 30.

TEXT TABLE II. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1981-1983

TABLEAU EXPLICATIF II. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1981-1983

Period	Price index	Current dollars unadjusted	Year/year per cent change	Constant 1971 dollars unadjusted	Year/year per cent change
Période	Indice des prix	Dollars courants non-saisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1971 non-saisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année
		'000	%	'000	%
1981:					
January - Janvier	185.2	643,821	+ 14.5	347,636	+ 4.0
February - Février	189.3	568,767	+ 9.1	300,458	- 0.7
March - Mars	190.0	688,718	+ 11.3	362,483	+ 2.0
April - Avril	192.1	793,595	+ 16.0	413,116	+ 6.4
May - Mai	193.5	822,881	+ 7.1	425,261	- 1.0
June - Juin	193.3	835,934	+ 20.8	432,454	+ 12.0
July - Juillet	193.2	757,743	+ 6.8	392,207	- 1.5
August - Août	195.2	786,492	+ 7.5	402,915	- 0.9
September - Septembre	195.7	848,390	+ 5.3	433,516	- 2.6
October - Octobre	198.1	892,549	+ 8.3	450,555	- 0.6
November - Novembre	199.0	1,036,498	+ 4.6	520,853	- 3.1
December - Décembre	198.1	1,542,685	+ 5.8	778,741	- 1.7
Year - Année	194.3	10,218,073	+ 9.1	5,260,195	+ 0.6
1982:					
January - Janvier	198.6	600,051	- 6.8	302,140	- 13.1
February - Février	204.8	578,049	+ 1.6	282,250	- 6.1
March - Mars	204.1	694,137	+ 0.8	340,097	- 6.2
April - Avril	206.4	788,971	- 0.6	382,253	- 7.5
May - Mai	208.5	813,933	- 1.1	390,376	- 8.2
June - Juin	207.4	790,853	- 5.4	381,318	- 11.8
July - Juillet	205.7	763,949	+ 0.8	371,390	- 5.3
August - Août	207.2	775,727	- 1.4	374,386	- 7.1
September - Septembre	205.2	861,179	+ 1.5	419,678	- 3.2
October - Octobre	208.1	859,187	- 3.7	412,872	- 8.4
November - Novembre	208.8	1,073,558	+ 3.6	514,156	- 1.3
December - Décembre	208.4	1,608,478	+ 4.3	771,822	- 0.9
Year - Année	206.5	10,208,072	- 0.1	4,942,738	- 6.0
1983:					
January - Janvier	206.6	623,426	+ 3.9	301,755	- 0.1
February - Février	213.2	604,104	+ 4.5	283,351	+ 0.4
March - Mars	211.9	787,578	+ 13.5	371,674	+ 9.3
April - Avril	215.4	775,268	- 1.7	359,920	- 5.8
May - Mai	215.8	840,268	+ 3.2	389,373	- 0.3
June - Juin					
July - Juillet					
August - Août					
September - Septembre					
October - Octobre					
November - Novembre					
December - Décembre					
Year - Année					

Data Confidentiality

Statistics Canada is prohibited by law from publishing any statistics which would divulge information relating to any identifiable business without the previous consent in writing of that business(4). The disclosure of data likely to reveal specific information on the activity of a particular company is therefore systematically and rigorously controlled and regulated to prevent the publication or disclosure of any information deemed confidential. The rules regarding the confidentiality of parts of the results of merchandising surveys are therefore applied in such a way that no data are shown for cells (or statistical units) composed of fewer than three companies or of three or more if these are dominated by one or two companies. Then, in the publication itself, the information is withheld on this designated cell by entering an "X" in the appropriate boxes.

Another way of preserving data confidentiality without having to enter an "X" is to combine (consolidate) the information from selected regions (or selected cells) for the same item. The data in question can then simply be aggregated and published in a less detailed, but still confidential, form. For example, in many cases the data for the Northwest Territories and the Yukon are included with the British Columbia data.

The rigorous application of these rules preserves the confidentiality of the information and ultimately has little effect on the dissemination of merchandising survey results.

Explanatory Notes

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios(5) are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

(4) See Section 16 of the Statistics Act (Chapter 15), entitled "Secrecy".

(5) See Table 26.

Confidentialité des données

La loi interdit à Statistique Canada de diffuser au grand public des données qui pourraient servir à identifier une entreprise ou certaines de ses caractéristiques, sans avoir obtenu à préalable l'autorisation écrite de cette dernière(4). Ainsi, le dévoilement de données susceptibles de révéler des renseignements précis sur l'activité d'une entreprise particulière est systématiquement contrôlé suivant des dispositions strictes de telle sorte qu'aucun renseignement jugé secret ne soit publié ou divulgué. L'application des règles sur le caractère secret d'une partie des résultats des enquêtes sur le commerce s'établit donc de manière à ce qu'aucune donnée ne soit révélée pour des cellules (ou unités statistiques) composées de moins de trois compagnies, ou encore de trois ou plus lorsque celles-ci sont dominées par une ou deux compagnies. Par la suite l'information concernant ces cellules est dissimulée en inscrivant un X aux différents postes visés dans la publication.

Une autre façon de préserver le caractère confidentiel de l'information sans pour autant avoir à mettre des "X", consiste à grouper (consolider) pour certaines régions (ou certaines cellules) l'information d'un même poste. Il suffit alors d'agréger les données visées et de les présenter sous une forme moins détaillée mais qui respecte la consigne de confidentialité. Par exemple, dans bien des cas, les données relatives aux Territoires du Nord-Ouest et du Yukon sont incluses avec celles de la Colombie-Britannique.

Ainsi, par l'application rigoureuse de ces règles, le caractère privé de l'information est préservé et n'affecte que très marginalement, en fin de compte, la diffusion des résultats des enquêtes sur le commerce.

Notes explicatives

Les variations des ventes en pourcentage connues dans la présente publication est fondée sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elle tient compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elle ne se limite pas aux magasins qui ont été exploités pendant toutes les périodes en cause.

On obtient les ratios stocks-ventes(5) en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

(4) Voir l'article 16, intitulée Secret, du chapitre 15 de la Loi sur la statistique.

(5) Voir tableau 26.

The sales-stocks ratios(6) are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the January issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks are published yearly in the March issue of this publication. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The number of shopping days that this publication is based on varies from month to month. See Text Table III for the number of shopping days the current publication is based on.

(6) See Table 27.

On obtient les ratios ventes-stocks(6) en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement.

La liste de référence des marchandises, qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de janvier.

Les chiffres révisés des ventes et des stocks des grands magasins sont publiés chaque année dans le numéro de mars du présent bulletin. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Le tableau explicatif III donne le nombre de jours pour la période la plus récente.

(6) Voir tableau 27.

TEXT TABLE III. Number of Shopping Days, by Month, 1982 and 1983

TABLEAU EXPLICATIF III. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1982 et 1983

	1983		1982	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	25	4	25	5
February - Février	24	4	24	4
March - Mars	27	4	27	4
April - Avril	25	5	25	4
May - Mai	25	4	26	5
June - Juin	26	4	26	4
July - Juillet	25	5	26	5
August - Août	26	4	26	4
September - Septembre	25	4	25	4
October - Octobre	25	5	25	5
November - Novembre	26	4	26	4
December - Décembre	26	5	26	3

Chart — 1

Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981 – 1983

Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1981 – 1983

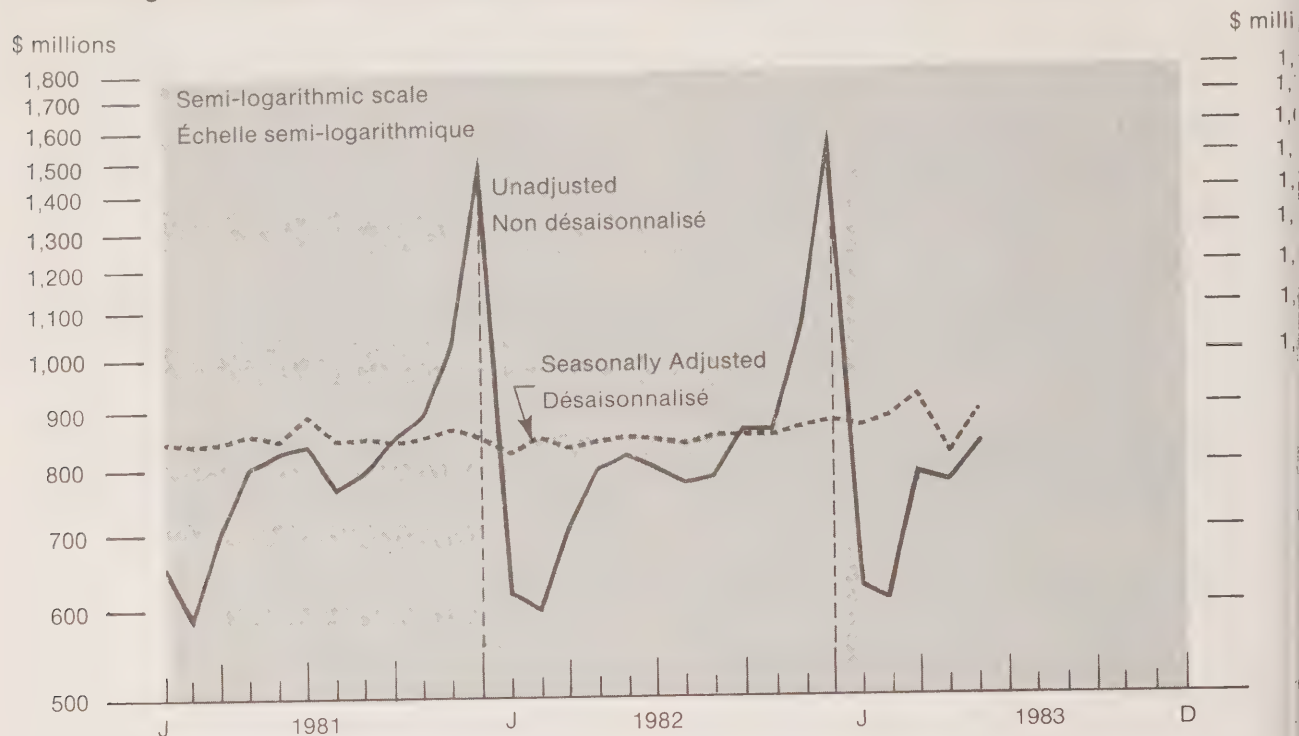


Chart — 2

Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981 – 1983

Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1981 – 1983

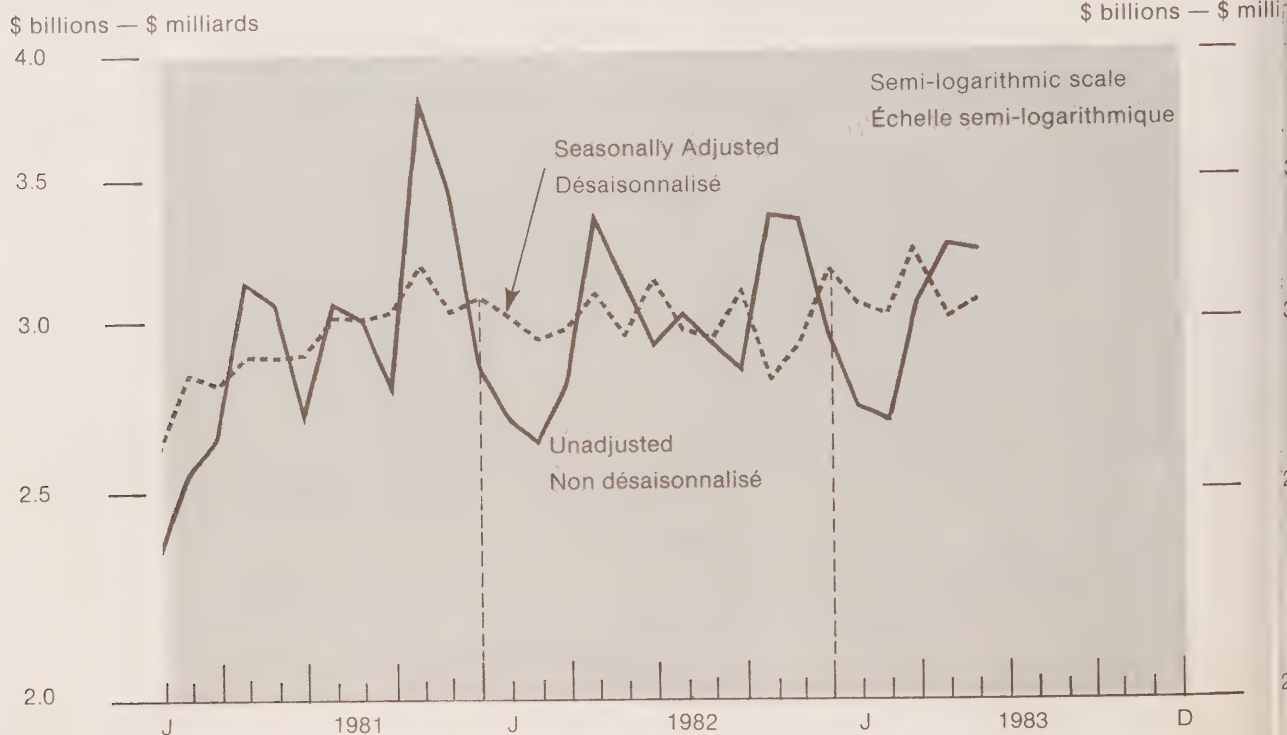


Chart — 3

Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1981 – 1983

Graphique — 3

Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1981 – 1983

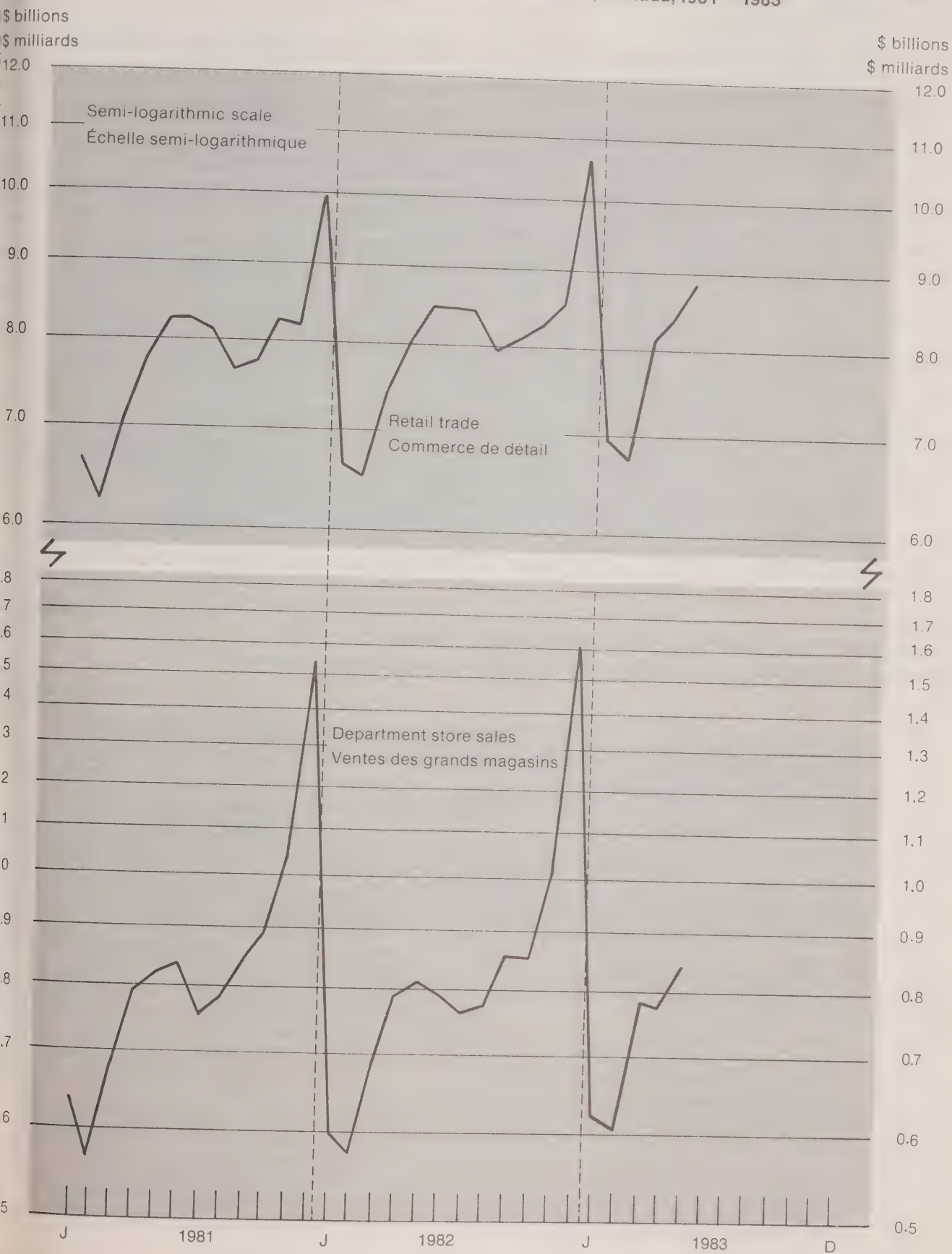
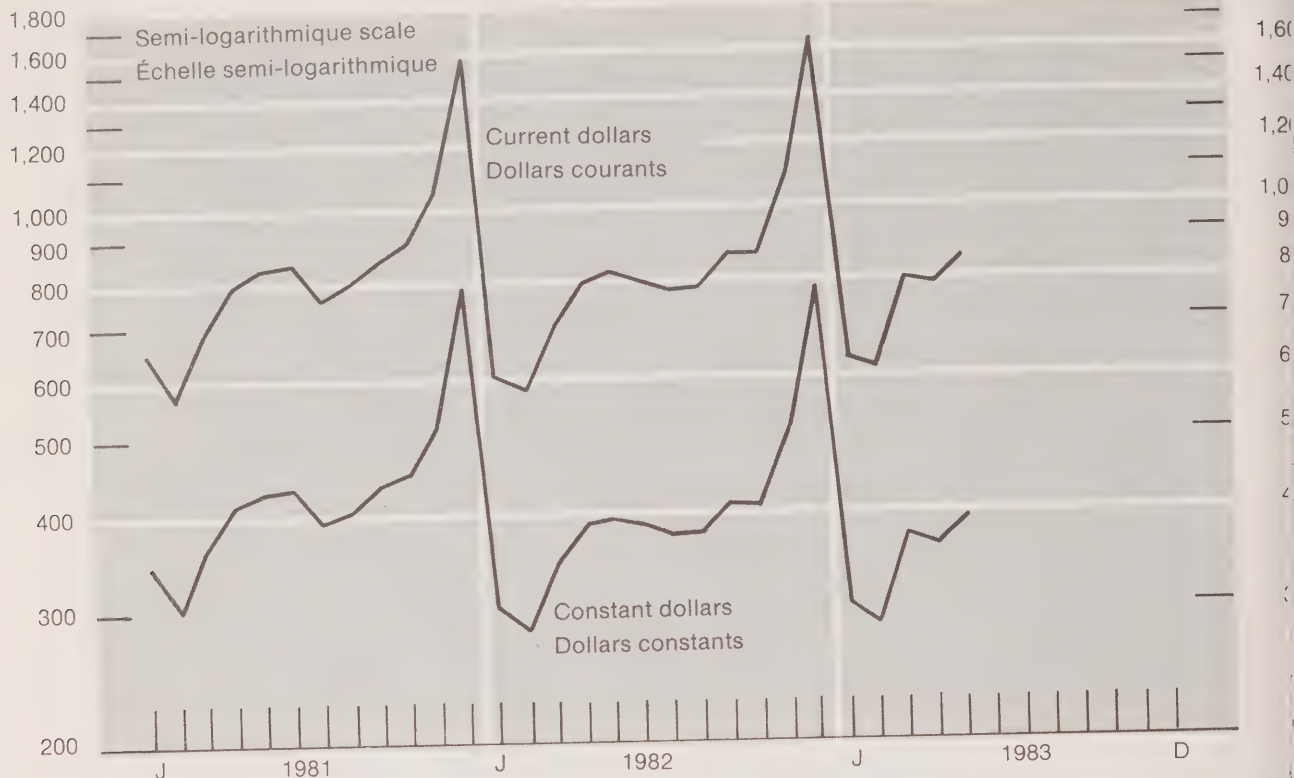


Chart — 4

Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1981 – 1983

Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1981 – 1983

\$ millions



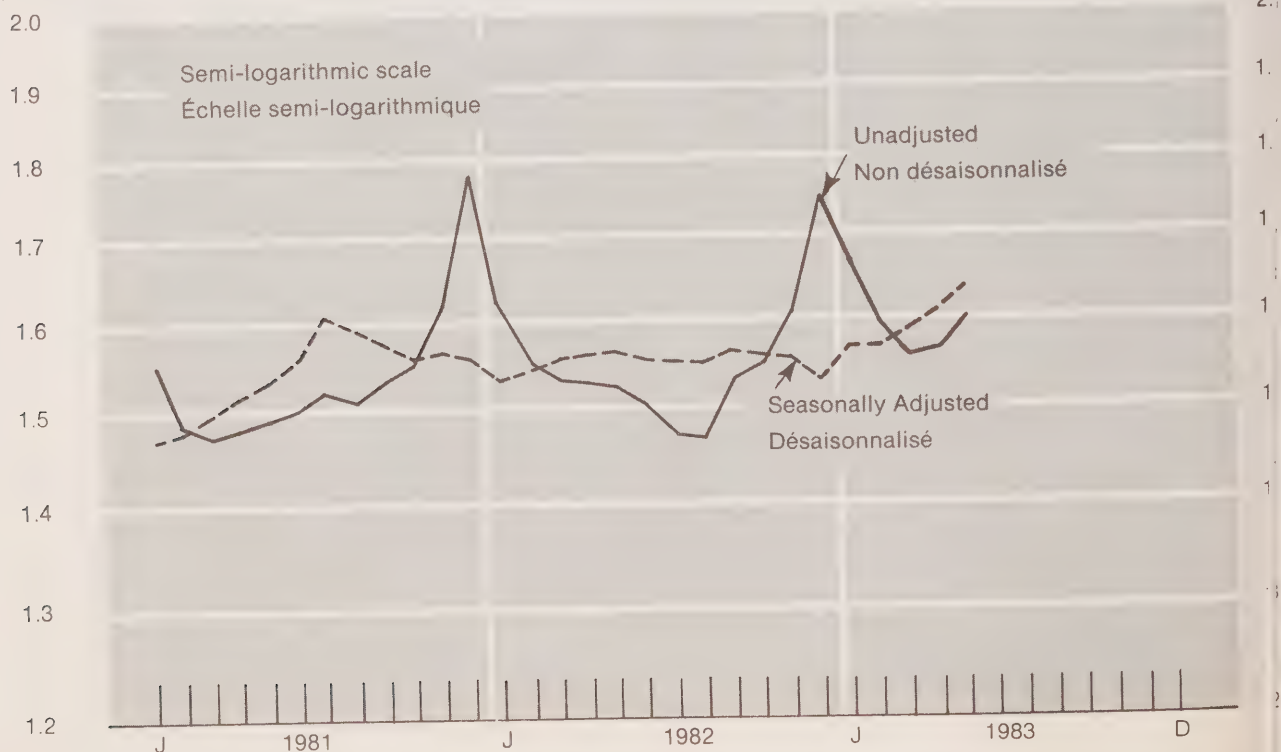
Graphique —

Chart — 5

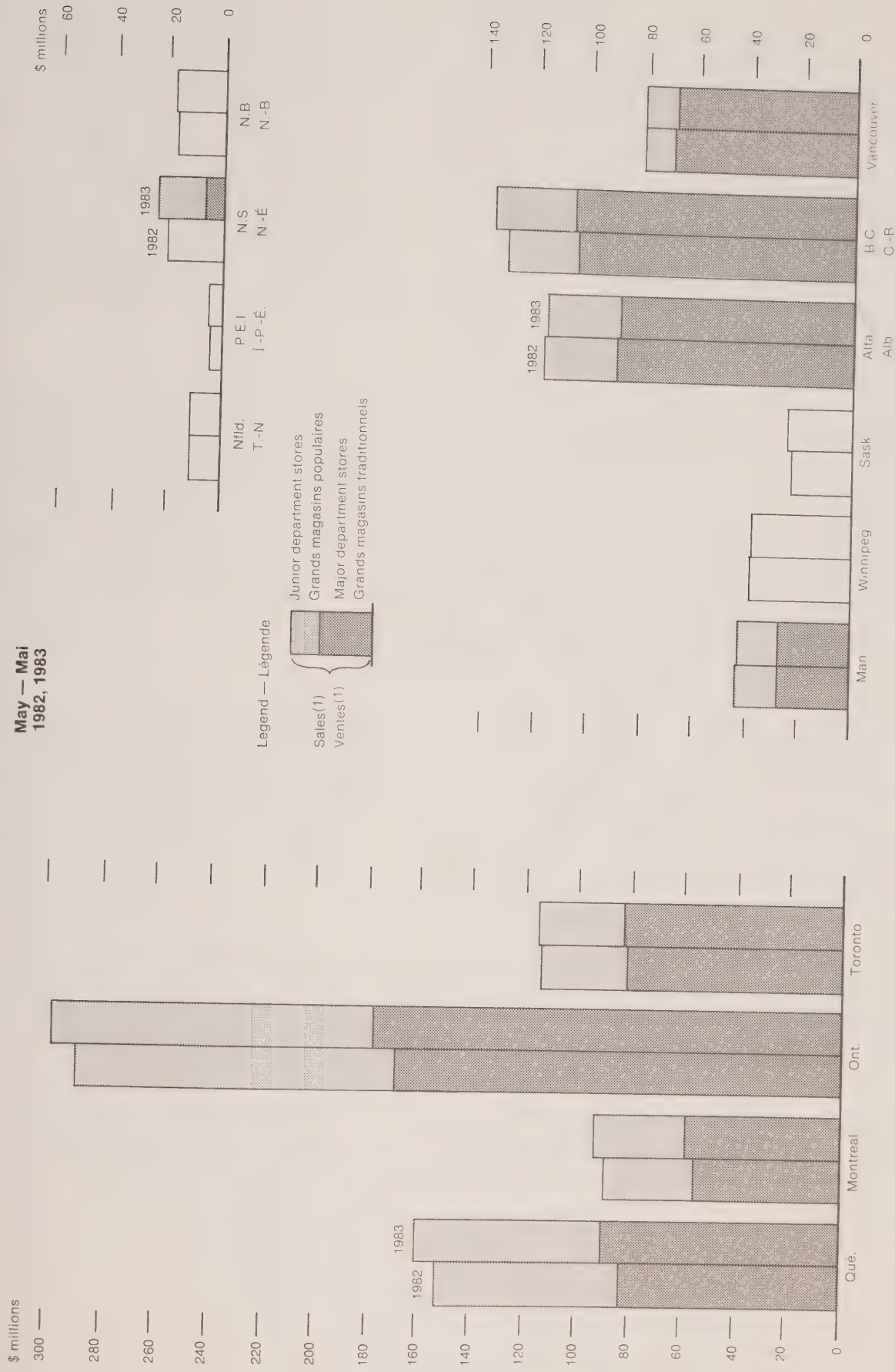
Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1981 – 1983

Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981 – 1983

\$ milliards - \$ billions



Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisations



(1) For reasons of confidentiality, the split between the two groups (Major-Junior) is not shown for some regions.
 (1) Pour des raisons de confidentialité, nous ne mentionnons pas pour certaines régions la subdivision en deux groupes (Traditionnels-Populaires)

HIGHLIGHTS

Total department store sales in May 1983, adjusted for seasonal variations and the number of trading days, increased 8.4% over April 1983 sales to \$890.4 million. On a month to month comparison, the departments recording the highest increases were china and glassware (+ 27.8%), hardware, paints, wallpaper etc. (+ 20.9%) and boys' clothing and furnishings (+ 17.1%), while the largest decreases were reported by furs (- 54.0%), linens and domestics (- 2.3%), housewares and small electrical appliances (- 2.1%).

The unadjusted department store sales totalled \$840.3 million in May 1983, up 3.2% over May 1982 sales. Sales were higher in 24 of the 40 departments, with the most notable gains in repairs and services (+ 26.8%), television, radio and music (+ 24.1%) and major appliances (+ 20.4%). The largest decreases were reported in furs (- 55.1%), sporting goods and luggage (- 15.9%) and girls' and teenage girls' wear (- 8.3%).

With the exception of Manitoba (- 0.5%), Alberta (- 0.9%) and the Yukon and Northwest Territories (- 22.4%) which showed lower sales in May 1983 over May 1982, the remaining provinces reported increased sales ranging from 0.3% in Newfoundland to 18.4% in Nova Scotia. Among the 10 metropolitan areas covered by the survey, Halifax-Dartmouth (+ 24.8%) posted the greatest sales increase, while the largest decrease was in Calgary (- 3.9%).

Total sales by major department store organizations increased 3.3% from the same month last year to \$524.4 million while unior department store organizations sales registered an increase of 3.1% to \$315.8 million.

Cumulative unadjusted sales for all 40 departments for the first five months of 1983, reached \$3,630.6 million, up 4.5% over the same period a year earlier.

POINTS SAILLANTS

Les ventes totales des grands magasins en mai 1983, corrigées en fonction des variations saisonnières et du nombre de jours commerciaux, se sont accrues de 8.4% par rapport à celles d'avril 1983 pour s'élever à \$890.4 millions. Sur une base de comparaison mensuelle, on a constaté les hausses de ventes les plus significatives pour les rayons de porcelaine et verrerie (+ 27.8%), de quincaillerie, peinture et papier-tenture etc. (+ 20.9%) et de vêtements et articles d'habillement pour garçons (+ 17.1%) tandis que les diminutions de ventes les plus notables ont été signalées par les rayons des fourrures (- 54.0%), de literie et linge de maison (- 2.3%) et d'articles de ménage et petits appareils électriques (- 2.1%).

Le total des ventes des grands magasins, sans ajustements saisonniers, s'est chiffré à \$840.3 millions en mai 1983, soit une augmentation de 3.2% par rapport au mois de mai 1982. Des 40 rayons, 24 ont enregistré des accroissements de ventes, parmi lesquels les rayons de services et travaux de réparation (+ 26.8%), de télévision, radio et musique (+ 24.1%) et de gros appareils ménagers (+ 20.4%) ont indiqué les hausses les plus élevées tandis que les baisses de ventes les plus appréciables ont été signalées par les rayons de fourrures (- 55.1%), d'articles de sports et valises (- 15.9%) et de vêtements de fillette et d'adolescentes (- 8.3%).

À l'exception du Manitoba (- 0.5%), de l'Alberta (- 0.9%) et du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest (- 22.4%) qui ont montré des baisses de ventes par rapport à mai 1982, toutes les autres provinces ont rapporté des augmentations variant de 0.3% à Terre-neuve à 18.4% pour la Nouvelle-Écosse. Des dix régions métropolitaines couverte par l'enquête, on a constaté l'augmentation la plus remarquable pour Halifax-Dartmouth (+ 24.8%), tandis que Calgary (- 3.9%) a enregistré la chute de ventes la plus importante.

Les ventes totales par les organisations de grands magasins traditionnels ont augmenté de 3.3% par rapport au même mois l'an dernier pour s'établir à \$524.4 millions, tandis que les ventes des organisations de grands magasins populaires ont quant à elles augmenté de 3.1% pour se chiffrer à \$315.8 millions.

Les ventes cumulatives, non-désaisonnalisées, de tous les rayons pour les cinq premiers mois de 1983 se sont élevées à \$3,630.6 millions, soit 4.5% de plus que la même période l'an passé.

The unadjusted selling value of stocks held in May 1983 at \$3,235.3 million, was an increase of 3.9% from the same month a year earlier. The seasonally adjusted value of stocks in May 1983 at \$3,060.6 million, was 1.8% higher than in April 1983.

In May 1983, there were 798 retail locations operated by department store organizations, two more than in April 1983 and six additional locations compared to May 1982. Of this number, 335 were under major department store organizations and 463 were operated by junior department store organizations.

In relation to total retail trade, total department store sales in May 1983 accounted for 9.5% of all retail sales in Canada, a decrease over the share of 10.8% registered in April 1983.

La valeur marchande des stocks détenus en mai 1983 a totalisé \$3,235.3 millions, pour ainsi enregistré un accroissement de 3.9% par rapport au même mois l'an dernier. La valeur désaisonnée des stocks, a quant à elle augmenté de 1.8% d'avril à mai 1983, pour atteindre \$3,060.6 millions.

En mai 1983, on a dénombré 798 points de vente opérés par les organisations de grands magasins dans leur ensemble, soit 2 de plus qu'en avril 1983 et six de plus qu'en mai 1982. De ce nombre, 335 étaient exploités par les organisations de grands magasins traditionnels et 463 par les organisations de grands magasins populaires.

Les ventes des grands magasins ont compté pour 9.5% de l'ensemble des ventes au détail au Canada en mai 1983, soit une baisse par rapport à 10.8% calculé en avril 1983.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, by Department		1983					1982		
Department		January	February	March	April	May	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Mai	Juin	Juillet
No.		thousands of dollars milliers de dollars							
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	8,000	9,881	13,471	16,112	19,700	21,006	17,781	15,449
2	Women's and misses' coats and suits	10,723	10,458	15,580	14,203	8,559	7,272	5,606	6,852
3	Women's and misses' sportswear	28,150	33,825	46,361	45,564	53,968	51,250	43,753	42,244
4	Furs	4,549	3,129	2,185	888	265	590	598	1,743
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	16,675	16,265	21,393	20,181	20,894	21,779	19,955	20,556
6	Girls' and teenage girls' wear	8,145	10,262	17,871	13,778	14,364	15,663	13,791	13,197
7	Lingerie and women's sleepwear	10,209	11,139	13,859	14,299	16,315	16,230	14,973	15,374
8	Intimate apparel	7,304	6,903	9,839	10,031	10,127	10,047	9,783	9,309
9	Millinery	1,248	1,014	996	1,265	1,068	977	899	938
10	Women's and girls' hosiery	8,084	7,388	10,198	10,279	10,275	9,312	8,232	6,874
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	8,462	8,016	11,913	12,530	13,478	12,533	10,828	9,478
12	Women's, misses' and children's footwear	13,164	13,026	21,320	22,975	24,045	24,920	21,959	17,549
13	Men's clothing	20,728	20,022	33,035	30,355	28,958	32,032	34,826	24,911
14	Men's furnishings	22,542	22,525	32,921	31,197	35,442	32,312	41,503	31,427
15	Boys' clothing and furnishings	6,444	6,563	10,928	11,588	11,500	10,714	9,943	8,912
16	Men's and boys' footwear	8,868	9,036	14,514	14,667	15,377	15,859	15,138	11,611
17	Food and kindred products	47,381	58,103	56,030	56,437	57,065	57,701	49,615	50,750
18	Toiletries, cosmetics and drugs	37,336	37,530	44,134	43,159	44,391	40,356	40,376	40,738
19	Photographic equipment and supplies	9,261	8,365	10,481	10,264	11,237	11,072	13,662	13,725
20	Piece goods	3,456	3,554	4,753	4,123	4,364	4,574	4,032	3,587
21	Linens and domestics	28,304	16,064	22,030	22,807	23,457	21,348	24,821	26,568
22	Smallwares and notions	9,028	7,082	7,891	7,292	6,446	6,340	6,492	6,864
23	China and glassware	7,526	8,433	11,208	8,917	12,170	10,871	9,511	10,006
24	Floor coverings	9,403	9,453	13,007	11,602	11,751	11,359	11,545	11,687
25	Draperies, curtains and furniture coverings	10,267	10,307	13,881	14,587	15,618	14,650	15,852	15,151
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6,757	5,517	8,098	7,082	6,813	7,146	7,114	7,634
27	Furniture	38,133	30,277	42,496	36,181	45,869	40,673	39,420	43,652
28	Major appliances	33,665	27,750	36,223	32,836	39,210	32,570	35,561	41,539
29	Television, radio and music	35,142	28,086	37,902	29,958	31,154	25,112	27,431	30,261
30	Housewares and small electrical appliances	25,485	29,189	27,641	30,264	31,637	32,109	30,958	32,524
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	17,735	16,407	21,138	24,991	34,066	35,738	30,697	26,756
32	Plumbing, heating and building materials	7,215	7,741	8,596	10,769	12,333	12,883	10,981	11,770
33	Jewellery	9,595	11,087	15,406	15,614	17,180	18,061	17,438	16,692
34	Toys and games	8,046	9,298	13,446	14,515	14,056	11,815	12,317	13,444
35	Sporting goods and luggage	18,064	14,512	20,091	24,452	29,577	35,171	36,284	31,763
36	Stationery, books and magazines	19,259	19,368	24,920	22,491	22,491	19,706	20,582	19,923
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	12,734	11,080	15,085	16,239	18,953	17,781	18,018	18,427
38	Meals and lunches	18,021	16,954	20,384	19,454	19,412	19,119	19,656	19,656
39	Repairs and services	7,763	8,193	10,091	9,431	9,417	7,424	7,121	6,497
40	All other departments	20,555	20,302	26,262	31,891	37,266	37,858	31,801	27,911
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	623,426	604,104	787,578	775,268	840,268	813,933	790,853	763,941

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1982					Change - Variation			
August	September	October	November	December	May/ April 1983	May 1983/1982	Rayon	
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Mai/ avril 1983	Mai 1983/1982		
Thousands of dollars					per cent			N ^o
milliers de dollars					pourcentage			
14,718	16,227	15,276	18,151	23,253	+ 22.3	- 6.2	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
16,926	17,648	23,113	25,071	22,116	- 39.7	+ 17.7	formes pour dames et jeunes filles	2
43,798	57,256	44,244	51,645	69,090	+ 18.4	+ 5.3	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	3
1,743	2,674	4,132	5,917	6,303	- 70.2	- 55.1	filles	4
25,308	24,475	25,038	27,165	37,027	+ 3.5	- 4.1	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	5
							Fourrures	6
							Vêtements pour bébés et enfants et articles	7
							de chambres d'enfants	8
22,913	18,303	14,990	19,628	26,576	+ 4.3	- 8.3	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	9
13,058	16,874	16,919	25,027	45,884	+ 14.1	+ 0.5	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	10
9,336	10,658	8,922	10,595	14,406	+ 1.0	+ 0.8	Sous-vêtements	11
978	1,584	2,193	3,504	4,528	- 15.6	+ 9.3	Chapeaux	12
8,178	12,646	11,810	13,049	18,176	--	+ 10.3	Bas pour dames et fillettes	13
								14
10,543	15,644	15,526	22,465	36,331	+ 7.6	+ 7.5	Gants, moufles et articles de parure pour	15
22,023	28,574	26,119	31,052	30,873	+ 4.7	- 3.5	dames et fillettes	16
27,987	38,629	36,168	50,614	66,262	- 4.6	- 9.6	Chaussures pour dames, jeunes filles et	17
32,121	39,796	37,995	57,827	110,234	+ 13.6	+ 9.7	enfants	18
17,856	11,931	11,555	14,678	24,023	- 0.8	+ 7.3	Vêtements pour hommes	19
							Articles d'habillement pour hommes	20
							Vêtements et articles d'habillement pour	21
							garçons	22
13,385	17,166	15,228	20,556	24,274	+ 4.8	- 3.0	Chaussures pour hommes et garçons	23
56,782	49,303	54,758	67,523	81,194	+ 1.1	- 1.1	Produits alimentaires et connexes	24
40,400	41,750	45,954	56,485	110,167	+ 2.9	+ 10.0	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	25
							caments	26
13,203	12,750	12,113	15,643	32,585	+ 9.5	+ 1.5	Appareils et fournitures photographiques	27
4,435	5,491	5,524	5,561	4,666	+ 5.8	- 4.6	Tissus à la pièce	28
								29
24,417	28,310	25,651	27,882	43,982	+ 2.9	+ 9.9	Literie et linge de maison	30
7,498	10,608	9,814	10,960	12,620	- 11.6	+ 1.7	Menus articles	31
9,216	12,425	10,762	16,440	35,009	+ 36.5	+ 11.9	Porcelaine et verrerie	32
10,399	11,558	13,841	14,117	11,645	+ 1.3	+ 3.5	Revêtements de plancher	33
13,148	13,458	14,406	16,323	18,340	+ 7.1	+ 6.6	Tentures, rideaux et housses	34
								35
7,202	8,516	8,908	12,727	21,127	- 3.8	- 4.7	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	36
35,421	38,375	39,213	40,459	42,085	+ 26.8	+ 12.8	d'ameublement pour la maison	37
32,335	38,400	40,446	42,784	43,480	+ 19.4	+ 20.4	Meubles	38
30,750	42,890	37,668	50,778	80,007	+ 4.0	+ 24.1	Gros appareils ménagers	39
30,419	31,966	35,420	43,025	79,674	+ 4.5	- 1.5	Télévision, radio et musique	40
							Articles de ménage et petits appareils élec-	41
							triques	42
22,921	23,160	27,832	25,786	35,503	+ 36.3	- 4.7	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	43
8,851	9,471	10,139	10,333	12,214	+ 14.5	- 4.3	etc.	44
15,875	21,379	17,987	27,977	65,752	+ 10.0	- 4.9	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	45
12,188	12,368	20,835	44,461	80,677	- 3.2	+ 19.0	truction	46
23,750	23,490	20,627	27,706	50,879	+ 21.0	- 15.9	Bijouterie	47
							Jouets et jeux	48
							Articles de sport et valises	49
								50
27,685	27,369	22,381	32,892	68,147	--	+ 14.1	Papeterie, livres et revues	51
15,974	15,262	19,495	22,207	22,701	+ 16.7	+ 6.6	Essence, huile, accessoires d'automobile,	52
							réparation et fournitures	53
19,627	19,986	20,067	23,939	32,413	- 0.2	+ 1.5	Repas et casse-croûtes	54
6,789	7,409	8,984	11,908	13,405	- 0.1	+ 26.8	Services et travaux de réparation	55
25,571	25,400	27,134	28,698	50,850	+ 16.9	- 1.6	Tous autres rayons	56
75,727	861,179	859,187	1,073,558	1,608,478	+ 8.4	+ 3.2	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983(1)

Department	1983					1982	
	January	February	March	April ^F	May ^D	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril ^F	Mai ^D	Mai	Juin
	Thousands of dollars milliers de dollars						
No.							
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	14,131	15,198	15,564	14,465	15,358	16,139	15,694
2 Women's and misses' coats and suits	14,489	14,848	15,034	14,564	16,629	13,902	13,743
3 Women's and misses' sportswear	47,558	52,614	52,261	44,450	49,467	47,092	45,011
4 Furs	2,844	2,872	2,827	3,273	1,507	3,207	3,010
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	24,337	23,921	24,655	19,822	22,726	23,561	22,627
6 Girls' and teenage girls' wear	16,326	16,585	19,204	13,892	15,460	16,890	15,919
7 Lingerie and women's sleepwear	18,785	18,558	18,861	16,727	17,579	17,104	17,147
8 Intimate apparel	9,707	9,798	10,348	9,423	9,595	9,325	8,846
9 Millinery	1,690	1,781	1,711	1,708	1,741	1,583	1,515
10 Women's and girls' hosiery	10,141	10,280	10,967	9,802	10,853	9,663	9,724
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	14,824	14,328	15,459	14,300	15,440	14,102	13,435
12 Women's, misses' and children's footwear	22,540	23,396	23,283	20,850	22,485	23,751	22,663
13 Men's clothing	33,241	33,802	36,438	33,089	32,963	36,483	35,428
14 Men's furnishings	39,818	41,650	47,138	39,840	44,989	40,569	39,941
15 Boys' clothing and furnishings	12,164	12,228	13,496	11,427	13,386	12,274	12,111
16 Men's and boys' footwear	14,571	15,047	17,403	13,446	15,420	15,353	14,706
17 Food and kindred products	57,024	58,483	61,248	54,986	56,517	56,503	56,581
18 Toiletries, cosmetics and drugs	49,914	49,928	51,807	47,513	50,205	44,162	45,923
19 Photographic equipment and supplies	13,569	14,115	14,264	12,725	14,001	13,208	13,652
20 Piece goods	4,179	4,147	4,287	3,900	4,442	4,564	4,443
21 Linens and domestics	27,485	26,588	28,042	27,397	26,765	23,834	25,882
22 Smallwares and notions	8,512	8,369	8,603	8,081	8,655	8,302	8,487
23 China and glassware	11,784	13,897	14,421	11,345	14,498	12,384	11,515
24 Floor coverings	11,671	11,499	12,990	11,597	11,736	11,339	11,785
25 Draperies, curtains and furniture coverings	13,934	15,198	14,479	13,859	15,307	14,248	14,575
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	9,074	8,578	9,710	8,821	8,665	8,757	8,731
27 Furniture	38,614	39,805	44,010	38,757	43,359	38,266	37,941
28 Major appliances	36,204	38,211	39,775	36,136	40,908	33,312	34,559
29 Television, radio and music	39,857	40,522	43,772	38,215	43,096	33,896	36,101
30 Housewares and small electrical appliances	37,366	39,460	37,807	34,823	34,103	33,437	34,561
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	24,529	24,300	26,413	23,749	28,719	28,811	26,471
32 Plumbing, heating and building materials	10,650	11,064	10,034	9,831	9,928	10,244	9,221
33 Jewellery	21,132	21,124	21,294	20,167	20,491	20,650	20,481
34 Toys and games	23,283	24,034	27,430	21,371	24,953	19,981	21,351
35 Sporting goods and luggage	25,288	25,712	27,677	24,725	25,541	30,445	29,261
36 Stationery, books and magazines	26,292	27,449	33,459	28,557	29,084	24,677	25,461
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	17,265	16,269	17,028	16,714	19,037	18,064	17,741
38 Meals and lunches	21,168	20,986	20,920	20,539	20,963	20,202	20,211
39 Repairs and services	9,267	10,150	10,372	9,692	9,840	7,932	7,511
40 All other departments	29,940	29,600	31,013	29,065	28,635	28,352	28,611
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	865,148	884,731	928,419	821,620	890,397	848,839	842,111

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1982 et 1983(1)

1982							Change - Variation	
July	August	September	October	November	December	May/ April 1983	Rayon	No
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Mai/ avril 1983		
thousands of dollars							per cent	
milliers de dollars							pourcentage	
15,672	16,056	16,052	16,124	16,607	16,309	+ 6.2		
14,357	15,366	13,751	13,959	16,531	14,111	+ 14.2	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
45,983	45,511	45,353	43,322	44,475	46,435	+ 11.3	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
3,353	2,168	2,799	3,154	3,153	2,661	- 54.0	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
22,438	24,183	22,348	22,610	23,068	23,259	+ 14.7	Fourrures	4
							Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
16,078	16,230	15,796	15,473	16,227	16,721	+ 11.3		
16,764	17,861	18,020	18,209	17,777	17,801	+ 5.1	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
9,248	9,710	10,096	9,921	10,509	10,161	+ 1.8	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
1,572	1,642	1,679	1,583	1,701	1,725	+ 1.9	Sous-vêtements	8
9,639	10,173	10,759	10,474	11,128	10,704	+ 10.7	Chapeaux	9
							Bas pour dames et fillettes	10
13,671	14,111	14,434	14,700	14,907	14,783	+ 8.0		
22,466	22,482	22,750	21,738	24,598	22,882	+ 7.8	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
34,600	34,026	35,024	32,912	35,017	34,576	- 0.4	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
40,400	43,527	42,108	39,928	38,775	40,957	+ 12.9	Vêtements pour hommes	13
11,461	12,779	11,307	11,513	12,135	12,112	+ 17.1	Articles d'habillement pour hommes	14
							Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
14,004	14,755	14,816	13,784	16,922	15,159	+ 14.7		
56,575	56,996	56,332	57,463	57,045	57,362	+ 2.8	Chaussures pour hommes et garçons	16
46,194	47,292	47,168	48,609	48,701	49,362	+ 5.7	Produits alimentaires et connexes	17
							Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
13,391	13,565	13,681	13,657	13,591	13,602	+ 10.0	Appareils et fournitures photographiques	19
4,653	4,759	4,727	4,623	4,591	4,857	+ 13.9	Tissus à la pièce	20
24,062	25,317	25,279	25,598	25,924	26,751	- 2.3		
8,158	8,777	8,826	8,576	9,095	8,491	+ 7.1	Literie et linde de maison	21
12,127	12,489	12,647	12,778	12,014	12,561	+ 27.8	Menus articles	22
11,468	11,346	11,317	11,843	11,501	11,196	+ 1.2	Porcelaine et verrerie	23
13,483	13,892	13,124	13,611	14,402	15,668	+ 10.4	Revêtements de plancher	24
							Tentures, rideaux et housses	25
8,652	8,725	8,681	9,122	9,163	9,294	- 1.8		
36,196	36,988	36,888	39,663	38,800	40,930	+ 11.9	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
33,929	33,432	35,526	37,364	42,064	38,009	+ 13.2	Meubles	27
35,350	35,610	38,222	36,677	38,252	38,184	+ 12.8	Gros appareils ménagers	28
33,461	34,623	34,655	38,121	34,963	35,896	- 2.1	Télévision, radio et musique	29
							Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
25,849	25,912	24,870	25,741	25,158	25,164	+ 20.9		
10,277	9,522	9,627	9,142	10,180	12,085	+ 1.0	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
22,012	21,288	21,284	21,690	20,174	21,202	+ 1.6	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
20,429	20,770	20,576	20,847	18,941	21,254	+ 16.8	Bijouterie	33
28,051	27,951	27,915	26,240	25,905	26,233	+ 3.3	Jouets et jeux	34
							Articles de sport et valises	35
25,754	26,301	25,600	25,839	26,065	28,149	+ 1.8		
18,129	17,223	17,084	16,541	17,430	16,424	+ 13.9	Papeterie, livres et revues	36
20,115	20,336	20,707	19,945	21,236	22,091	+ 2.1	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
7,078	7,666	7,745	8,301	8,564	10,128	+ 1.5	Repas et casse-croûtes	38
28,490	28,849	29,837	30,129	29,896	30,492	- 1.5	Services et travaux de réparation	39
							Tous autres rayons	40
833,862	850,107	850,465	850,418	865,697	876,476	+ 8.4	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

(1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983

Province	1983					1982		
	January	February	March	April	May	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Mai	Juin	Juillet
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	5,973	6,167	9,133	8,381	10,086	10,060	9,668	9,431
2 Prince Edward Island	4,088	3,308	4,039	4,575	4,841	4,446	4,797	6,031
3 Nova Scotia	15,152	14,552	21,368	20,965	24,109	20,369	20,303	19,941
4 New Brunswick	11,285	11,429	15,670	16,565	18,527	17,813	17,440	16,851
5 Quebec	113,689	105,666	137,559	141,986	159,981	151,875	135,940	134,691
6 Ontario	220,389	209,538	273,189	276,641	298,118	289,219	277,394	268,601
7 Manitoba	30,338	30,908	43,142	41,974	42,817	43,038	40,902	41,251
8 Saskatchewan	18,851	18,137	25,262	24,875	24,929	23,277	22,476	22,961
9 Alberta	92,346	92,023	117,900	110,899	117,794	118,905	121,211	111,061
10 British Columbia	109,447	110,510	137,672	126,114	136,788	131,994	137,502	130,141
11 Yukon and Northwest Territories	1,868	1,866	2,645	2,293	2,279	2,938	3,220	2,921
12 CANADA	623,426	604,104	787,578	775,268	840,268	813,933	790,853	763,901

TABLE 4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983					1982		
	January	February	March	April	May	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Mai	Juin	Juillet
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Calgary	35,506	35,568	45,673	42,727	45,841	47,713	48,110	44,311
2 Edmonton	42,323	41,986	53,130	49,747	53,833	54,417	54,215	49,511
3 Halifax-Dartmouth	8,865	8,301	12,425	12,190	12,990	10,412	10,004	9,511
4 Hamilton	16,494	15,417	20,012	20,178	21,246	21,757	20,499	19,811
5 Montreal	69,878	64,081	81,508	85,084	93,559	89,527	79,362	78,711
6 Ottawa-Hull	27,571	24,135	34,541	32,815	37,530	34,977	32,654	31,011
7 Quebec City	15,486	13,658	19,417	20,538	23,196	21,038	19,196	18,411
8 Toronto	91,876	86,317	110,184	112,661	115,270	113,817	110,588	106,411
9 Vancouver	66,859	67,579	82,773	74,498	80,530	80,477	80,841	76,411
10 Winnipeg	27,586	28,058	39,236	38,113	38,730	38,966	36,918	37,411

TABLEAU 3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1982 et 1983

1982					Change - Variation		Province	No
August	September	October	November	December	May/ April 1983	May 1983/1982		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Mai/ avril 1983	Mai 1983/1982		
Thousands of dollars - milliers de dollars								
10,021	9,903	11,067	13,775	19,875	+ 20.3	+ 0.3	Terre-Neuve	1
5,098	5,230	5,087	6,019	9,477	+ 5.8	+ 8.9	Île-du-Prince-Édouard	2
21,808	22,345	23,885	32,319	51,652	+ 15.0	+ 18.4	Nouvelle-Écosse	3
16,964	17,601	19,217	25,692	36,671	+ 11.8	+ 4.0	Nouveau-Brunswick	4
142,459	148,921	154,748	178,929	280,436	+ 12.7	+ 5.3	Québec	5
272,438	305,940	302,675	387,576	598,421	+ 7.8	+ 3.1	Ontario	6
40,344	46,588	44,257	57,953	80,873	+ 2.0	- 0.5	Manitoba	7
22,792	25,635	25,662	34,468	47,067	+ 0.2	+ 7.1	Saskatchewan	8
14,077	125,582	127,275	158,132	218,739	+ 6.2	- 0.9	Alberta	9
26,885	150,477	142,202	175,741	260,278	+ 8.5	+ 3.6	Colombie-Britannique	10
2,841	2,958	3,112	2,954	4,990	- 0.6	- 22.4	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
75,727	861,179	859,187	1,073,558	1,608,478	+ 8.4	+ 3.2	CANADA	12

TABLEAU 4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1982					Change - Variation		Certaines zones métropolitaines	No
August	September	October	November	December	May/ April 1983	May 1983/1982		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Mai/ avril 1983	Mai 1983/1982		
Thousands of dollars - milliers de dollars								
43,635	49,280	49,690	61,436	84,142	+ 7.3	- 3.9	Calgary	1
52,992	57,361	57,129	70,906	97,287	+ 8.2	- 1.1	Edmonton	2
10,970	12,820	13,419	17,887	27,088	+ 6.6	+ 24.8	Halifax-Dartmouth	3
19,183	22,582	22,156	28,415	46,239	+ 5.3	- 2.3	Hamilton	4
33,891	91,718	93,741	108,605	171,021	+ 10.0	+ 4.5	Montréal	5
52,122	37,009	37,657	44,801	66,060	+ 14.4	+ 7.3	Ottawa-Hull	6
9,805	20,783	21,461	25,300	36,127	+ 12.9	+ 10.3	Ville de Québec	7
17,575	126,985	121,498	156,241	242,771	+ 2.3	+ 1.3	Toronto	8
4,222	91,441	85,071	105,425	156,081	+ 8.1	+ 0.1	Vancouver	9
6,432	42,384	40,028	52,572	72,593	+ 1.6	- 0.6	Winnipeg	10

TABLE 5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983

Province	1983					1982		
	January	February	March	April	May	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Mai	Juin	Juill
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	5,561	5,025	6,674	6,827	7,465	x	x	x
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	63,028	59,932	78,757	80,468	89,932	83,139	74,079	73,7
6 Ontario	139,304	130,111	168,840	171,235	177,566	169,784	164,104	159,2
7 Manitoba	20,927	21,103	30,050	27,495	26,790	26,829	26,205	26,3
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	74,681	72,922	92,836	84,401	87,977	90,415	94,099	84,4
10 British Columbia	91,080	91,592	112,768	100,349	108,532	105,760	109,360	103,2
11 Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	x	x	x
12 CANADA	416,073	400,107	517,527	496,451	524,432	507,484	498,681	477,5

TABLE 6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983					1982		
	January	February	March	April	May	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Mai	Juin	Juill
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Calgary	29,040	28,473	36,678	33,109	35,260	36,100	37,456	33,6
2 Edmonton	35,144	34,295	42,699	38,811	40,806	43,044	43,381	39,0
3 Halifax-Dartmouth	5,252	4,637	7,050	6,827	6,995	x	x	x
4 Hamilton	12,516	11,640	15,106	15,457	16,073	16,272	15,139	14,8
5 Montreal	42,362	41,194	52,817	54,533	59,173	55,322	48,659	48,5
6 Ottawa-Hull	18,458	15,667	23,189	21,054	24,192	22,266	21,006	20,1
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x	x	x
8 Toronto	69,002	64,180	81,651	83,485	82,502	81,281	79,194	76,4
9 Vancouver	59,276	60,052	73,075	64,338	69,450	70,134	69,984	66,1
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983

1982					Change - Variation				
August	September	October	November	December	May/ April 1983	May 1983/1982	Province		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Mai/ avril 1983	Mai 1983/1982			
thousands of dollars - milliers de dollars									
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve		1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard		2
x	x	x	x	x	+ 9.3	x	Nouvelle-Écosse		3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick		4
76,393	88,670	90,851	106,753	156,587	+ 11.8	+ 0.8	Québec		5
159,603	196,786	189,082	245,792	355,233	+ 3.7	+ 4.6	Ontario		6
25,890	33,309	29,310	39,694	52,740	- 2.6	- 0.1	Manitoba		7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan		8
86,868	100,475	99,298	124,170	168,176	+ 4.2	- 2.7	Alberta		9
101,750	125,810	115,913	143,087	207,619	+ 8.2	+ 2.6	Colombie-Britannique		10
x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest		11
480,433	583,300	562,793	708,645	1,009,764	+ 5.6	+ 3.3	CANADA		12

TABLEAU 6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1982					Change - Variation			
August	September	October	November	December	May/ April 1983	May 1983/1982	Certaines zones métropolitaines	
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Mai/ avril 1983	Mai 1983/1982		
Thousands of dollars - milliers de dollars								
33,935	39,815	39,628	49,768	66,511	+ 6.5	- 2.3	Calgary	1
41,355	46,854	45,456	56,902	76,959	+ 5.1	- 5.2	Edmonton	2
x	x	x	x	x	+ 2.5	x	Halifax-Dartmouth	3
3,980	17,581	16,816	21,663	33,694	+ 4.0	- 1.2	Hamilton	4
1,605	60,960	61,287	73,100	108,220	+ 8.5	+ 7.0	Montréal	5
9,729	24,714	25,375	29,970	40,989	+ 14.9	+ 8.6	Ottawa-Hull	6
x	x	x	x	x	x	x	Ville de Québec	7
8,270	98,071	90,285	118,572	175,136	- 1.2	+ 1.5	Toronto	8
4,649	81,673	74,675	92,093	134,584	+ 7.9	- 1.0	Vancouver	9
x	x	x	x	x	x	x	Winnipeg	10

TABLE 7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983

Province	1983					1982		
	January	February	March	April	May	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Mai	Juin	Juille
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	9,591	9,527	14,694	14,138	16,644	x	x	x
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	50,662	45,734	58,802	61,518	70,049	68,736	61,861	60,9
6 Ontario	81,085	79,427	104,349	105,406	120,552	119,435	113,290	109,3
7 Manitoba	9,411	9,805	13,092	14,479	16,027	16,208	14,697	14,8
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	17,665	19,101	25,064	26,498	29,817	28,490	27,112	26,6
10 British Columbia	18,367	18,918	24,904	25,765	28,256	26,234	28,142	26,8
11 Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	x	x	x
12 CANADA	207,353	203,997	270,051	278,817	315,835	306,449	292,172	286,7

TABLE 8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983					1982		
	January	February	March	April	May	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Mai	Juin	Juill
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Calgary	6,466	7,095	8,995	9,617	10,581	11,613	10,654	10,6
2 Edmonton	7,179	7,691	10,431	10,936	13,027	11,373	10,834	10,4
3 Halifax-Dartmouth	3,613	3,664	5,375	5,364	5,995	x	x	x
4 Hamilton	3,978	3,778	4,906	4,721	5,173	5,485	5,360	5,0
5 Montreal	27,516	22,887	28,691	30,551	34,386	34,205	30,704	29,7
6 Ottawa-Hull	9,114	8,467	11,352	11,762	13,338	12,711	11,648	10,7
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x	x	x
8 Toronto	22,873	22,137	28,533	29,176	32,768	32,537	31,394	30,7
9 Vancouver	7,583	7,527	9,698	10,160	11,080	10,342	10,857	10,7
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983

1982		Change - Variation					Province	No
August	September	October	November	December	May/ April 1983	May 1983/1982		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Mai/ avril 1983	Mai 1983/1982		
thousands of dollars - milliers de dollars								
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
x	x	x	x	x	+ 17.7	x	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
66,067	60,251	63,898	72,177	123,849	+ 13.9	+ 1.9	Québec	5
112,836	109,154	113,593	141,783	243,188	+ 14.4	+ 0.9	Ontario	6
14,454	13,280	14,947	18,260	28,133	+ 10.7	- 1.1	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
27,209	25,107	27,977	33,962	50,563	+ 12.5	+ 4.7	Alberta	9
25,135	24,666	26,289	32,654	52,659	+ 9.7	+ 7.7	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
295,295	277,880	296,393	364,914	598,714	+ 13.3	+ 3.1	CANADA	12

TABLEAU 8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

[illegible]

TABLE 9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983

Province	1983					1982	
	January	February	March	April	May	May	Jun
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Mai	Jui
No.	number - nombre						
1 Newfoundland	14	14	14	14	14	14	14
2 Prince Edward Island	7	7	7	7	7	7	7
3 Nova Scotia	32	32	31	31	32	30	30
4 New Brunswick	25	24	25	25	25	26	26
5 Quebec	164	161	161	161	161	164	164
6 Ontario	301	299	300	300	300	296	297
7 Manitoba	38	38	38	38	38	38	38
8 Saskatchewan	29	29	30	30	30	28	28
9 Alberta	84	84	83	83	84	82	82
10 British Columbia	102	101	101	101	101	100	101
11 Yukon and Northwest Territories	7	6	6	6	6	7	7
12 CANADA	803	795	796	796	798	792	794

TABLE 10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983					1982	
	January	February	March	April	May	May	Jun
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Mai	Ju
No.	number - nombre						
1 Calgary	27	27	27	27	27	27	27
2 Edmonton	32	32	31	31	32	31	31
3 Halifax-Dartmouth	13	13	13	13	13	11	11
4 Hamilton	24	23	23	23	23	24	24
5 Montreal	80	79	79	79	79	80	80
6 Ottawa-Hull	32	31	32	32	32	31	31
7 Quebec City	19	19	19	19	19	17	17
8 Toronto	88	88	88	88	88	89	89
9 Vancouver	42	41	41	41	41	41	41
10 Winnipeg	30	30	30	30	30	30	30

TABLEAU 9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1982 et 1983

1982							
July	August	September	October	November	December	Province	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							Nº
14	14	14	14	14	14	Terre-Neuve	1
7	7	7	7	7	7	Île-du-Prince-Édouard	2
30	31	32	32	32	32	Nouvelle-Écosse	3
26	25	25	25	25	25	Nouveau-Brunswick	4
164	162	162	163	164	164	Québec	5
296	299	299	300	301	301	Ontario	6
38	38	38	38	38	38	Manitoba	7
28	28	28	29	29	29	Saskatchewan	8
82	83	83	84	84	84	Alberta	9
101	101	101	101	102	102	Colombie-Britannique	10
7	7	7	7	7	7	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
793	795	796	800	803	803	CANADA	12

TABLEAU 10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1982							
July	August	September	October	November	December	Certaines zones métropolitaines	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		Nº
number - nombre							
27	27	27	27	27	27	Calgary	1
31	32	32	32	32	32	Edmonton	2
11	12	13	13	13	13	Halifax-Dartmouth	3
24	24	24	24	24	24	Hamilton	4
80	79	79	80	80	80	Montréal	5
31	32	32	32	32	32	Ottawa-Hull	6
17	17	18	18	19	19	Ville de Québec	7
88	87	87	88	88	88	Toronto	8
40	41	41	41	42	42	Vancouver	9
30	30	30	30	30	30	Winnipeg	10

TABLE 11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983

Province	1983					1982	
	January	February	March	April	May	May	Jun
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Mai	Jui
No.	number - nombre						
1 Newfoundland	8	8	8	8	8	8	8
2 Prince Edward Island	3	3	3	3	3	3	3
3 Nova Scotia	6	6	5	5	6	5	5
4 New Brunswick	5	4	4	4	4	6	6
5 Quebec	58	55	54	54	54	58	58
6 Ontario	113	111	112	112	112	111	112
7 Manitoba	18	18	18	18	18	18	18
8 Saskatchewan	15	15	15	15	15	15	15
9 Alberta	51	51	50	50	50	51	51
10 British Columbia	60	60	60	60	60	60	60
11 Yukon and Northwest Territories	6	5	5	5	5	6	6
12 CANADA	343	336	334	334	335	341	342

TABLE 12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983					1982	
	January	February	March	April	May	May	Jun
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Mai	Ju
No.	number - nombre						
1 Calgary	15	15	15	15	15	15	15
2 Edmonton	19	19	18	18	18	19	19
3 Halifax-Dartmouth	5	5	5	5	5	4	4
4 Hamilton	15	14	14	14	14	15	15
5 Montreal	31	30	29	29	29	32	32
6 Ottawa-Hull	13	12	13	13	13	13	13
7 Quebec City	7	7	7	7	7	6	6
8 Toronto	40	40	40	40	40	42	42
9 Vancouver	26	26	26	26	26	26	26
10 Winnipeg	13	13	13	13	13	13	13

TABLEAU 11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983

1982							
July	August	September	October	November	December	Province	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							N ^o
8	8	8	8	8	8	Terre-Neuve	1
3	3	3	3	3	3	Île-du-Prince-Édouard	2
5	5	6	6	6	6	Nouvelle-Écosse	3
6	5	5	5	5	5	Nouveau-Brunswick	4
58	57	58	58	58	58	Québec	5
111	112	112	113	113	113	Ontario	6
18	18	18	18	18	18	Manitoba	7
15	15	15	15	15	15	Saskatchewan	8
51	51	51	51	51	51	Alberta	9
60	60	60	60	60	60	Colombie-Britannique	10
6	6	6	6	6	6	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
341	340	342	343	343	343	CANADA	12

TABLEAU 12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1982							Certaines zones métropolitaines	N ^o
July	August	September	October	November	December			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
number - nombre								
15	15	15	15	15	15	Calgary	1	
19	19	19	19	19	19	Edmonton	2	
4	4	5	5	5	5	Halifax-Dartmouth	3	
15	15	15	15	15	15	Hamilton	4	
32	31	31	31	31	31	Montréal	5	
13	13	13	13	13	13	Ottawa-Hull	6	
6	6	7	7	7	7	Ville de Québec	7	
41	40	40	40	40	40	Toronto	8	
26	26	26	26	26	26	Vancouver	9	
13	13	13	13	13	13	Winnipeg	10	

TABLE 13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983

Province	1983					1982	
	January	February	March	April	May	May	Jun
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Mai	Jui
No.	number - nombre						
1 Newfoundland	6	6	6	6	6	6	6
2 Prince Edward Island	4	4	4	4	4	4	4
3 Nova Scotia	26	26	26	26	26	25	25
4 New Brunswick	20	20	21	21	21	20	20
5 Quebec	106	106	107	107	107	106	106
6 Ontario	188	188	188	188	188	185	185
7 Manitoba	20	20	20	20	20	20	20
8 Saskatchewan	14	14	15	15	15	13	13
9 Alberta	33	33	33	33	34	31	31
10 British Columbia	42	41	41	41	41	40	40
11 Yukon and Northwest Territories	1	1	1	1	1	1	1
12 CANADA	460	459	462	462	463	451	451

TABLE 14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983					1982	
	January	February	March	April	May	May	Jun
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Mai	Ju
No.	number - nombre						
1 Calgary	12	12	12	12	12	12	12
2 Edmonton	13	13	13	13	14	12	12
3 Halifax-Dartmouth	8	8	8	8	8	7	7
4 Hamilton	9	9	9	9	9	9	9
5 Montreal	49	49	50	50	50	48	48
6 Ottawa-Hull	19	19	19	19	19	18	18
7 Quebec City	12	12	12	12	12	11	11
8 Toronto	48	48	48	48	48	47	47
9 Vancouver	16	15	15	15	15	15	15
10 Winnipeg	17	17	17	17	17	17	17

TABLEAU 13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983

1982							
July	August	September	October	November	December	Province	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							N ^o
6	6	6	6	6	6	Terre-Neuve	1
4	4	4	4	4	4	Île-du-Prince-Édouard	2
25	26	26	26	26	26	Nouvelle-Écosse	3
20	20	20	20	20	20	Nouveau-Brunswick	4
106	105	104	105	106	106	Québec	5
185	187	187	187	188	188	Ontario	6
20	20	20	20	20	20	Manitoba	7
13	13	13	14	14	14	Saskatchewan	8
31	32	32	33	33	33	Alberta	9
41	41	41	41	42	42	Colombie-Britannique	10
1	1	1	1	1	1	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
452	455	454	457	460	460	CANADA	12

TABLEAU 14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1982							
July	August	September	October	November	December	Certaines zones métropolitaines	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							Nº
12	12	12	12	12	12	Calgary	1
12	13	13	13	13	13	Edmonton	2
7	8	8	8	8	8	Halifax-Dartmouth	3
9	9	9	9	9	9	Hamilton	4
48	48	48	49	49	49	Montréal	5
18	19	19	19	19	19	Ottawa-Hull	6
11	11	11	11	12	12	Ville de Québec	7
47	47	47	48	48	48	Toronto	8
14	15	15	15	16	16	Vancouver	9
17	17	17	17	17	17	Winnipeg	10

TABLE 15. Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983
January-May

TABLEAU 15. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983
Janvier-mai

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1983/1982 Variation 1983/1982
		1982 ¹	1983	
		thousands of dollars		per cent
		milliers de dollars		pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	71,123	67,164	- 5.6
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	56,463	59,523	+ 5.4
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sport pour dames et jeunes filles	190,924	207,868	+ 8.9
4	Furs - Fourrures	11,809	11,016	- 6.7
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	95,931	95,408	- 0.5
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes	65,120	64,420	- 1.1
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	62,859	65,821	+ 4.7
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	41,623	44,204	+ 6.2
9	Millinery - Chapeaux	5,357	5,591	+ 4.4
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	42,510	46,224	+ 8.7
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	51,957	54,399	+ 4.7
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	94,115	94,530	+ 0.4
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes	140,048	133,098	- 5.0
14	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	131,115	144,627	+ 10.3
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habille- ment pour garçons	44,025	47,023	+ 6.8
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	60,608	62,462	+ 3.1
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	272,656	275,016	+ 0.9
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	186,633	206,550	+ 10.7
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photo- graphiques	49,005	49,608	+ 1.2
20	Piece goods - Tissus à la pièce	21,963	20,250	- 7.8
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison	99,080	112,662	+ 13.7
22	Smallwares and notions - Menus articles	37,188	37,739	+ 1.5
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie	45,170	48,254	+ 6.8
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	53,649	55,216	+ 2.9
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	62,039	64,660	+ 4.2
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	32,593	34,267	+ 5.1
27	Furniture - Meubles	181,722	192,956	+ 6.2
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	158,267	169,684	+ 7.2
29	Television, radio and music - Télévision, radio et musique	133,409	162,242	+ 21.6
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	133,753	144,216	+ 7.8
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	123,887	114,337	- 7.7
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	43,577	46,654	+ 7.1
33	Jewellery - Bijouterie	71,198	68,882	- 3.3
34	Toys and games - Jouets et jeux	50,282	59,361	+ 18.1
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	120,074	106,696	- 11.1
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	93,809	108,529	+ 15.7
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	79,990	74,091	- 7.4
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	95,418	94,225	- 1.3
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation	35,639	44,895	+ 26.0
40	All other departments - Tous autres rayons	128,553	136,276	+ 6.0
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	3,475,141	3,630,644	+ 4.5

TABLE 16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983
January-May

TABLEAU 16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1982 et 1983
Janvier-mai

Province	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	38,446	39,740	+ 3.4
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	18,651	20,851	+ 11.8
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	83,319	96,146	+ 15.4
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	67,879	73,476	+ 8.2
Québec	620,355	658,881	+ 6.2
Ontario	1,219,702	1,277,875	+ 4.8
Manitoba	182,550	189,179	+ 3.6
Saskatchewan	97,331	112,054	+ 15.1
Alberta	528,292	530,962	+ 0.5
British Columbia - Colombie-Britannique	606,328	620,531	+ 2.3
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	12,289	10,951	- 10.9
CANADA	3,475,141	3,630,644	+ 4.5

TABLE 17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983
January-May

TABLEAU 17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines,
1982 et 1983
Janvier-mai

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	215,769	205,315	- 4.8
Edmonton	237,179	241,019	+ 1.6
Halifax-Dartmouth	44,672	54,771	+ 22.6
Hamilton	92,630	93,347	+ 0.8
Montréal	377,557	394,110	+ 4.4
Ottawa-Hull	142,320	156,592	+ 10.0
Québec City - Ville de Québec	81,749	92,295	+ 12.9
Toronto	501,994	516,308	+ 2.9
Vancouver	370,819	372,239	+ 0.4
Winnipeg	165,721	171,723	+ 3.6

TABLE 18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983
January-May

TABLEAU 18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983
Janvier-mai

Province	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	x	31,552	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	350,161	372,117	+ 6.3
Ontario	747,479	787,056	+ 5.3
Manitoba	120,997	126,365	+ 4.4
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	418,355	412,817	- 1.3
British Columbia - Colombie-Britannique	498,888	504,321	+ 1.1
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	x	x
CANADA	2,268,743	2,354,590	+ 3.8

TABLE 19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983
January-May

TABLEAU 19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983
Janvier-mai

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	170,304	162,560	- 4.5
Edmonton	194,394	191,755	- 1.4
Halifax-Dartmouth	x	30,761	x
Hamilton	70,479	70,792	+ 0.4
Montréal	242,084	250,079	+ 3.3
Ottawa-Hull	91,739	102,560	+ 11.8
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	371,730	380,820	+ 2.4
Vancouver	326,930	326,191	- 0.2
Winnipeg	x	x	x

TABLE 20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983
January-May

TABLEAU 20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983
Janvier-mai

Province	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	x	64,594	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	270,193	286,765	+ 6.1
Ontario	472,221	490,819	+ 3.9
Manitoba	61,552	62,814	+ 2.1
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	109,939	118,145	+ 7.5
British Columbia - Colombie-Britannique	107,439	116,210	+ 8.2
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	x	x
CANADA	1,206,397	1,276,053	+ 5.8

TABLE 21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983
January-May

TABLEAU 21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines,
1982 et 1983
Janvier-mai

Selected metropolitan areas Certaines zones métropolitaines	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	45,465	42,754	- 6.0
Edmonton	42,786	49,264	+ 15.1
Halifax-Dartmouth	x	24,011	x
Hamilton	22,150	22,556	+ 1.8
Montréal	135,471	144,031	+ 6.3
Ottawa-Hull	50,581	54,033	+ 6.8
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	130,267	135,487	+ 4.0
Vancouver	43,888	46,048	+ 4.9
Winnipeg	x	x	x

TABLE 22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1981-1983

TABLEAU 22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1981-1983

Period Période	Department stores Grands magasins		Major Traditionnels		Junior Populaires	
	Total					
	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution
	'000	%	'000	%	'000	%
1981:						
January - Janvier	643,821	100.0	442,269	68.7	201,552	31.3
February - Février	568,767	100.0	381,684	67.1	187,082	32.9
March - Mars	688,718	100.0	471,588	68.5	217,130	31.5
April - Avril	793,595	100.0	521,698	65.7	271,897	34.3
May - Mai	822,881	100.0	532,820	64.8	290,061	35.2
June - Juin	835,934	100.0	548,803	65.7	287,131	34.3
July - Juillet	757,743	100.0	485,895	64.1	271,848	35.9
August - Août	786,492	100.0	499,216	63.5	287,276	36.5
September - Septembre	848,390	100.0	575,366	67.8	273,024	32.2
October - Octobre	892,549	100.0	591,596	66.3	300,954	33.7
November - Novembre	1,036,498	100.0	686,067	66.2	350,430	33.8
December - Décembre	1,542,685	100.0	972,086	63.0	570,598	37.0
Year - Année	10,218,073	100.0	6,709,088	65.7	3,508,983	34.3
1982:						
January - Janvier	600,051	100.0	404,403	67.4	195,648	32.6
February - Février	578,049	100.0	386,536	66.9	191,513	33.1
March - Mars	694,137	100.0	466,897	67.3	227,240	32.7
April - Avril	788,971	100.0	503,423	63.8	285,547	36.2
May - Mai	813,933	100.0	507,484	62.3	306,449	37.7
June - Juin	790,853	100.0	498,681	63.1	292,172	36.9
July - Juillet	763,949	100.0	477,590	62.5	286,359	37.5
August - Août	775,727	100.0	480,433	61.9	295,295	38.1
September - Septembre	861,179	100.0	583,300	67.7	277,880	32.3
October - Octobre	859,187	100.0	562,793	65.5	296,393	34.5
November - Novembre	1,073,558	100.0	708,645	66.0	364,914	34.0
December - Décembre	1,608,478	100.0	1,009,764	62.8	598,714	37.2
Year - Année	10,208,072	100.0	6,589,949	64.6	3,618,124	35.4
1983:						
January - Janvier	623,426	100.0	416,073	66.7	207,353	33.3
February - Février	604,104	100.0	400,107	66.2	203,997	33.8
March - Mars	787,578	100.0	517,527	65.7	270,051	34.3
April - Avril	775,268	100.0	496,451	64.0	278,817	36.0
May - Mai	840,268	100.0	524,432	62.4	315,835	37.6
June - Juin						
July - Juillet						
August - Août						
September - Septembre						
October - Octobre						
November - Novembre						
December - Décembre						
Year - Année						

TABLE 23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981-1983
May

TABLEAU 23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1981-1983
Mai

Province and Selected Metropolitan Areas	Distribution			Change 1983/1982
	1981 ^r	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
Province et certaines zones métropolitaines	per cent - pourcentage			
Newfoundland - Terre-Neuve	6.4	6.7	6.1	- 9.0
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	12.2	12.8	12.6	- 1.6
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	7.9	8.0	8.4	+ 5.0
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	7.7	8.5	8.3	- 2.4
Québec	7.6	7.2	7.2	-
Ontario	9.8	9.2	9.2	-
Manitoba	13.4	12.8	12.2	- 4.7
Saskatchewan	7.2	6.7	7.0	+ 4.5
Alberta	12.6	12.7	12.7	-
British Columbia - Colombie-Britannique	13.8	13.3	13.6	+ 2.3
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	12.1	11.1	10.4	- 6.3
CANADA	10.0	9.5	9.5	-
Montréal	9.8	8.6	8.9	+ 3.5
Toronto	10.9	10.0	9.8	- 2.0
Winnipeg	19.4	18.1	16.9	- 6.6
Vancouver	16.2	15.6	15.8	+ 1.3

TABLE 24. Department Store Monthly Stocks(1), by Department, Canada, 1982 and 1983

Department	No.	1983					1982			
		January	February	March	April	May	May	June	July	
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Mai	Juin	Juillet	
		thousands of dollars								
		milliers de dollars								
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms		36,432	39,827	50,212	59,149	53,684	53,098	44,891	50,115	
2 Women's and misses' coats and suits		36,868	41,207	41,457	35,693	24,664	31,689	34,224	53,983	
3 Women's and misses' sportswear		107,426	114,463	149,791	170,227	155,028	138,978	113,781	122,660	
4 Furs		17,836	15,771	16,471	11,029	16,953	16,415	17,862	16,901	
5 Infants' and children's wear and nursery equipment		58,915	64,568	74,045	83,519	79,876	70,203	67,097	84,224	
6 Girls' and teenage girls' wear		31,258	37,273	48,282	47,809	44,476	49,293	43,228	56,809	
7 Lingerie and women's sleepwear		39,897	39,099	47,104	51,975	49,709	51,044	44,245	45,736	
8 Intimate apparel		33,424	29,920	32,831	37,468	34,662	32,200	29,435	30,197	
9 Millinery		2,102	1,866	1,419	2,377	1,272	1,313	1,121	1,148	
10 Women's and girls' hosiery		26,254	26,790	31,773	35,437	35,235	28,039	26,292	29,407	
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories		39,618	39,966	46,630	49,543	44,084	44,957	37,247	41,374	
12 Women's, misses' and children's footwear		75,549	81,500	102,693	104,725	104,081	115,432	104,449	103,085	
13 Men's clothing		111,702	137,579	160,091	148,765	151,819	164,965	151,626	151,850	
14 Men's furnishings		119,180	123,058	135,003	153,735	149,872	149,308	132,400	146,322	
15 Boys' clothing and furnishings		37,083	39,551	42,311	44,467	41,278	38,178	34,091	51,097	
16 Men's and boys' footwear		62,415	58,203	74,673	73,963	83,261	87,793	80,817	77,169	
17 Food and kindred products		38,119	40,249	41,106	44,482	34,242	33,300	35,267	33,698	
18 Toiletries, cosmetics and drugs		193,004	149,162	169,033	191,342	172,373	170,559	167,845	168,331	
19 Photographic equipment and supplies		55,045	49,854	54,360	57,791	61,072	57,466	52,010	53,907	
20 Piece goods		23,618	23,824	30,107	25,966	34,748	31,096	30,908	31,669	
21 Linens and domestics		108,506	112,560	113,998	125,286	135,602	116,600	107,260	101,475	
22 Smallwares and notions		35,739	35,053	35,812	41,415	41,569	43,610	41,994	43,067	
23 China and glassware		84,102	88,609	91,736	84,773	100,191	94,179	88,783	91,513	
24 Floor coverings		48,316	46,440	50,642	47,834	53,084	61,571	62,687	58,842	
25 Draperies, curtains and furniture coverings		61,298	57,776	68,398	63,753	66,310	67,691	63,858	65,090	
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings		43,617	44,175	53,031	49,665	59,162	51,299	50,743	50,850	
27 Furniture		181,679	165,287	189,195	198,840	205,478	212,743	197,862	195,719	
28 Major appliances		55,572	57,648	63,180	69,351	59,243	61,288	57,498	60,860	
29 Television, radio and music		134,764	131,777	151,558	159,265	161,893	135,628	133,811	128,367	
30 Housewares and small electrical appliances		170,418	162,985	159,781	188,257	177,327	142,561	141,505	139,853	
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.		112,354	108,723	142,575	125,815	141,078	140,610	141,320	139,761	
32 Plumbing, heating and building materials		39,957	34,939	39,448	41,778	39,941	34,217	33,621	34,581	
33 Jewellery		117,632	110,023	120,944	120,272	121,509	128,671	119,986	118,061	
34 Toys and games		75,546	72,948	82,299	97,260	90,069	74,994	69,606	76,221	
35 Sporting goods and luggage		107,199	108,929	129,534	153,593	157,055	151,152	133,059	127,181	
36 Stationery, books and magazines		90,122	86,102	87,617	116,391	121,986	95,660	94,599	103,231	
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies		52,060	50,341	50,900	53,909	53,541	51,558	47,589	47,881	
38 Meals and lunches		1,275	1,192	1,450	1,450	1,161	739	731	681	
39 Repairs and services		4,872	4,284	4,865	4,625	4,140	4,403	4,694	4,671	
40 All other departments		53,646	53,321	65,753	88,638	72,619	79,714	70,232	68,611	
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS		2,724,419	2,686,842	3,052,108	3,261,632	3,235,347	3,115,014	2,910,274	3,006,231	

(1) At selling value.

TABLEAU 24. Stocks(1) mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1982					Change - Variation		Rayon	N°
August	September	October	November	December	May/ April 1983	May 1983/1982		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Mai/ avril 1983	Mai 1983/1982		
Thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
42,355	43,320	54,009	50,828	38,810	- 9.2	- 0.4	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
56,427	68,743	66,218	52,222	40,267	- 30.9	- 22.2	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
117,688	114,010	133,971	138,538	110,563	- 8.9	+ 11.5	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
18,258	17,588	22,827	20,360	19,452	+ 53.7	+ 3.3	Fourrures	4
70,437	70,942	83,526	72,897	69,554	- 4.4	+ 13.8	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
47,566	51,960	50,778	52,112	34,263	- 7.0	- 9.8	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
46,257	46,325	59,780	64,918	42,026	- 4.4	- 2.6	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
29,948	26,105	33,155	32,173	31,988	- 7.5	+ 7.6	Sous-vêtements	8
1,708	1,918	3,268	3,766	3,533	- 46.5	- 3.1	Chapeaux	9
30,283	26,946	31,556	31,492	29,650	- 0.6	+ 25.7	Bas pour dames et fillettes	10
42,880	44,167	56,141	59,220	41,659	- 11.0	- 1.9	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
101,987	99,683	109,058	97,074	91,924	- 0.6	- 9.8	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
183,462	161,644	185,614	179,517	161,113	+ 2.1	- 8.0	Vêtements pour hommes	13
150,515	159,247	193,533	178,826	119,168	- 2.5	+ 0.4	Articles d'habillement pour hommes	14
35,990	39,792	49,443	42,803	33,681	- 7.2	+ 8.1	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
75,912	67,074	77,159	75,798	70,433	+ 12.6	- 5.2	Chaussures pour hommes et garçons	16
28,536	32,626	36,832	44,862	34,859	- 23.0	+ 2.8	Produits alimentaires et connexes	17
155,235	147,765	194,071	215,162	167,598	- 9.9	+ 1.1	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
54,853	50,093	67,887	62,550	48,135	+ 5.7	+ 6.3	Appareils et fournitures photographiques	19
28,841	23,364	29,943	25,946	28,235	+ 33.8	+ 11.7	Tissus à la pièce	20
89,225	84,968	98,419	113,712	121,738	+ 8.2	+ 16.3	Literie et linge de maison	21
38,478	35,601	37,288	35,301	45,003	+ 0.4	- 4.7	Menus articles	22
91,111	86,481	91,220	101,865	105,581	+ 18.2	+ 6.4	Porcelaine et verrerie	23
57,868	52,400	54,803	48,227	56,021	+ 11.0	- 13.8	Revêtements de plancher	24
58,951	56,532	65,384	62,606	67,382	+ 4.0	- 2.0	Tentures, rideaux et housses	25
51,370	48,692	59,624	56,218	45,756	+ 19.1	+ 15.3	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
182,097	170,228	189,974	187,000	223,087	+ 3.3	- 3.4	Meubles	27
60,083	56,445	56,357	58,759	63,148	- 14.6	- 3.3	Gros appareils ménagers	28
123,830	114,122	146,700	154,829	152,008	+ 1.7	+ 19.4	Télévision, radio et musique	29
134,753	134,500	147,675	178,026	153,913	- 5.8	+ 24.4	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
138,025	121,437	140,109	127,397	129,807	+ 12.1	+ 0.3	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
33,434	33,790	34,995	39,477	49,311	- 4.4	+ 16.7	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
114,052	107,112	135,171	150,622	115,806	+ 1.0	- 5.6	Bijouterie	33
93,490	109,355	143,875	117,303	59,061	- 7.4	+ 20.1	Jouets et jeux	34
116,642	119,700	158,309	142,524	121,635	+ 2.3	+ 3.9	Articles de sport et valises	35
97,897	90,189	105,329	112,896	83,094	+ 4.8	+ 27.5	Papeterie, livres et revues	36
49,511	50,786	56,012	52,276	62,805	- 0.7	+ 3.8	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
640	861	817	896	1,008	- 19.9	+ 57.1	Repas et casse-croûtes	38
4,710	4,794	5,080	5,409	4,925	- 10.5	- 6.0	Services et travaux de réparation	39
59,999	61,378	75,695	79,189	61,884	- 18.1	- 8.9	Tous autres rayons	40
2,915,304	2,832,683	3,341,605	3,325,596	2,939,884	- 0.8	+ 3.9	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Valeur de vente.

TABLE 25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983(1)

		1983					1982	
Department		January	February	March	April ^E	May ^P	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril ^E	Mai ^P	Mai	Juin
No.		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	41,188	40,919	48,271	46,779	49,351	49,331	51,937
2	Women's and misses' coats and suits	51,920	50,338	49,709	45,984	36,027	46,741	49,567
3	Women's and misses' sportswear	128,912	125,274	146,610	140,711	135,704	122,004	123,168
4	Furs	18,224	17,763	19,730	12,448	18,986	18,457	21,276
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	71,097	74,423	85,443	73,710	78,410	68,912	74,048
6	Girls' and teenage girls' wear	43,119	43,352	51,429	42,964	41,644	46,346	48,145
7	Lingerie and women's sleepwear	49,422	47,001	51,050	47,496	46,232	47,043	49,142
8	Intimate apparel	32,718	31,986	35,155	35,112	32,428	30,297	31,881
9	Millinery	2,347	2,356	2,146	2,661	1,245	1,280	1,521
10	Women's and girls' hosiery	29,350	29,452	32,598	31,977	32,427	25,784	27,951
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	47,052	45,003	48,142	45,604	42,503	43,068	42,262
12	Women's, misses' and children's footwear	92,144	89,992	99,345	88,254	95,147	105,699	106,480
13	Men's clothing	151,274	151,895	171,569	143,937	149,812	161,688	185,422
14	Men's furnishings	143,514	140,972	145,493	141,656	141,710	140,455	147,603
15	Boys' clothing and furnishings	42,754	41,481	47,413	42,901	43,538	40,242	38,811
16	Men's and boys' footwear	75,578	68,576	75,351	66,900	73,448	77,339	84,415
17	Food and kindred products
18	Toiletries, cosmetics and drugs	189,619	174,578	188,758	183,142	168,038	164,912	180,618
19	Photographic equipment and supplies	55,614	56,232	64,286	54,606	57,971	55,342	59,271
20	Piece goods	26,095	24,385	29,715	24,410	33,713	30,351	31,695
21	Linens and domestics	114,704	116,166	116,622	113,891	122,484	104,992	105,211
22	Smallwares and notions	39,803	40,576	39,880	38,000	36,934	38,537	39,291
23	China and glassware	94,850	96,714	96,453	86,216	96,700	90,378	92,112
24	Floor coverings	49,883	48,945	53,504	47,376	50,350	58,671	60,077
25	Draperies, curtains and furniture coverings	60,893	59,884	70,820	60,208	63,345	63,090	66,711
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	49,398	49,264	56,876	49,729	54,133	46,856	50,751
27	Furniture	190,432	174,822	195,753	178,665	189,783	194,562	195,581
28	Major appliances	57,173	56,664	64,136	63,740	58,053	60,387	61,131
29	Television, radio and music	143,176	145,912	158,683	147,416	156,554	131,272	137,411
30	Housewares and small electrical appliances	181,014	184,732	166,456	172,893	167,290	134,057	144,071
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	131,975	124,757	151,450	118,774	126,937	126,438	142,911
32	Plumbing, heating and building materials
33	Jewellery	129,398	118,199	125,370	111,683	115,690	121,412	127,511
34	Toys and games	88,995	89,707	101,179	96,912	100,501	83,582	86,611
35	Sporting goods and luggage	138,968	132,646	140,783	130,653	135,089	130,248	134,711
36	Stationery, books and magazines	100,605	101,051	101,774	113,122	116,067	90,952	97,011
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	56,573	55,477	57,861	49,971	49,806	48,010	51,211
38	Meals and lunches
39	Repairs and services	5,405	5,282	5,942	4,826	4,096	4,292	5,111
40	All other departments	74,267	67,776	63,474	73,294	61,840	68,524	69,111
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,040,777	3,006,135	3,253,500	3,006,794	3,060,587	2,941,072	3,121,111

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1982 et 1983(1)

1982						Change - Variation			
July	August	September	October	November	December	May/ April 1983		Rayon	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Mai/ avril 1983			
Thousands of dollars									
milliers de dollars						per cent			
						pourcentage			
53,390	48,491	49,698	45,887	44,435	43,000	+ 5.5		Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
42,804	42,996	51,326	42,969	43,029	49,588	- 21.7		Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
121,200	119,337	126,199	119,758	121,394	135,994	- 3.6		Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
18,398	17,628	15,280	17,583	16,928	18,011	+ 52.5		Fourrures	4
68,989	68,120	73,923	69,912	67,729	76,613	+ 6.4		Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
46,050	43,545	52,262	42,814	45,226	46,232	- 3.1		Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
48,972	48,002	49,779	44,138	47,892	52,978	- 2.7		Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
30,539	30,340	31,195	30,745	27,016	31,652	- 7.6		Sous-vêtements	8
1,529	2,027	2,330	2,377	2,239	2,327	- 53.2		Chapeaux	9
28,462	27,123	29,454	29,075	29,227	34,191	+ 1.4		Bas pour dames et fillettes	10
43,236	45,161	48,821	42,232	45,425	49,461	- 6.8		Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
100,750	98,291	108,197	99,109	97,852	99,145	+ 7.8		Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
159,252	159,716	162,732	145,626	148,826	164,501	+ 4.1		Vêtements pour hommes	13
146,026	147,408	159,732	146,048	147,889	156,835	--		Articles d'habillement pour hommes	14
39,503	37,361	40,770	38,205	39,126	41,322	+ 1.5		Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
75,207	74,422	74,445	64,298	71,807	77,083	+ 9.8		Chaussures pour hommes et garçons	16
...		Produits alimentaires et connexes	17
173,476	174,144	171,757	154,042	164,851	180,981	- 8.2		Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
54,928	56,700	56,734	51,393	49,077	55,299	+ 6.2		Appareils et fournitures photographiques	19
30,698	28,596	25,822	27,296	25,920	28,293	+ 38.1		Tissus à la pièce	20
103,997	97,468	102,905	94,407	103,756	117,977	+ 7.5		Literie et linge de maison	21
38,793	37,767	39,180	36,014	37,454	44,053	- 2.8		Menus articles	22
92,335	92,482	93,977	83,876	89,920	94,736	+ 12.2		Porcelaine et verrerie	23
56,998	56,263	59,229	52,658	50,595	51,900	+ 6.3		Revêtements de plancher	24
64,387	62,068	66,293	61,412	61,418	63,613	+ 5.2		Tentures, rideaux et housses	25
49,607	49,514	52,213	49,029	49,831	54,430	+ 8.9		Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
195,691	191,967	202,524	189,204	187,444	201,135	+ 6.2		Meubles	27
62,042	64,883	67,370	54,945	53,734	56,357	- 8.9		Gros appareils ménagers	28
133,862	131,532	131,297	131,298	131,154	144,869	+ 6.2		Télévision, radio et musique	29
140,222	139,024	146,847	128,739	153,799	172,142	- 3.2		Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
134,132	129,279	137,286	125,977	118,978	139,860	+ 6.9		Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
...		Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
123,007	119,454	123,943	115,049	120,860	126,772	+ 3.6		Bijouterie	33
86,473	87,474	88,439	83,479	85,915	103,238	+ 3.7		Jouets et jeux	34
128,501	123,707	125,853	123,082	126,813	139,118	+ 3.4		Articles de sport et valises	35
95,622	93,379	93,881	85,544	92,777	101,561	+ 2.6		Papeterie, livres et revues	36
49,052	49,583	53,058	46,334	46,212	66,374	- 0.3		Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
...		Repas et casse-croûtes	38
4,316	4,297	4,600	3,968	4,800	5,487	- 15.1		Services et travaux de réparation	39
64,271	60,033	64,393	63,120	67,745	82,731	- 15.6		Tous autres rayons	40
2,957,979	2,927,499	3,083,081	2,804,523	2,915,066	3,156,073	+ 1.8		TOTAL, TOUTS RAYONS	41

(1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 26. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1982 and 1983

No.	Department	1983					1982	
		January	February	March	April	May	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Mai	Juin
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	4.55	4.03	3.73	3.67	2.73	2.57	2.52
2	Women's and misses' coats and suits	3.44	3.94	2.66	2.51	2.88	4.36	6.10
3	Women's and misses' sportswear	3.82	3.38	3.23	3.74	2.87	2.71	2.60
4	Furs	3.92	5.04	7.54	12.42	63.97	27.82	29.87
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.53	3.97	3.46	4.14	3.82	3.22	3.36
6	Girls' and teenage girls' wear	3.84	3.63	2.70	3.47	3.10	3.15	3.13
7	Lingerie and women's sleepwear	3.91	3.51	3.40	3.63	3.05	3.15	2.95
8	Intimate apparel	4.58	4.33	3.34	3.74	3.42	3.20	3.01
9	Millinery	1.68	1.84	1.42	1.88	1.19	1.34	1.25
10	Women's and girls' hosiery	3.25	3.63	3.12	3.45	3.43	3.01	3.19
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4.68	4.99	3.91	3.95	3.27	3.59	3.44
12	Women's, misses' and children's footwear	5.74	6.26	4.82	4.56	4.33	4.63	4.76
13	Men's clothing	5.39	6.87	4.85	4.90	5.24	5.15	4.35
14	Men's furnishings	5.29	5.46	4.10	4.93	4.23	4.62	3.19
15	Boys' clothing and furnishings	5.75	6.03	3.87	3.84	3.59	3.56	3.43
16	Men's and boys' footwear	7.04	6.44	5.14	5.04	5.41	5.54	5.34
17	Food and kindred products	0.80	0.69	0.73	0.79	0.60	0.58	0.71
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5.17	3.97	3.83	4.43	3.88	4.23	4.16
19	Photographic equipment and supplies	5.94	5.96	5.19	5.63	5.43	5.19	3.87
20	Piece goods	6.83	6.70	6.33	6.30	7.96	6.80	7.67
21	Linens and domestics	3.83	7.01	5.17	5.49	5.78	5.46	4.33
22	Smallwares and notions	3.96	4.95	4.54	5.68	6.45	6.88	6.43
23	China and glassware	11.17	10.51	8.18	9.51	8.23	8.66	9.33
24	Floor coverings	5.14	4.91	3.89	4.12	4.52	5.42	5.43
25	Draperies, curtains and furniture coverings	5.97	5.61	4.93	4.37	4.25	4.62	4.07
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6.46	8.01	6.55	7.01	8.68	7.18	7.11
27	Furniture	4.76	5.46	4.45	5.50	4.48	5.23	5.07
28	Major appliances	1.65	2.08	1.74	2.11	1.51	1.88	1.87
29	Television, radio and music	3.83	4.69	4.00	5.32	5.20	5.40	4.87
30	Housewares and small electrical appliances	6.69	5.58	5.78	6.22	5.61	4.44	4.87
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	6.34	6.63	6.74	5.03	4.14	3.93	4.87
32	Plumbing, heating and building materials	5.54	4.51	4.59	3.88	3.24	2.66	3.87
33	Jewellery	12.26	9.92	7.85	7.70	7.07	7.12	6.87
34	Toys and games	9.39	7.85	6.12	6.70	6.41	6.35	5.87
35	Sporting goods and luggage	5.93	7.51	6.45	6.28	5.31	4.30	3.87
36	Stationery, books and magazines	4.68	4.45	3.52	5.17	5.42	4.85	4.87
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	4.09	4.54	3.37	3.32	2.82	2.90	2.87
38	Meals and lunches	0.07	0.07	0.07	0.07	0.06	0.04	0.07
39	Repairs and services	0.63	0.52	0.48	0.49	0.44	0.59	0.59
40	All other departments	2.61	2.63	2.50	2.78	1.95	2.11	2.11
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.25	4.35	3.81	4.16	3.74	3.75	3.87

TABLEAU 26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1982							
July	August	September	October	November	December	Rayon	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
3.24	2.88	2.67	3.54	2.80	1.67	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
7.88	3.33	3.90	2.86	2.08	1.82	formes pour dames et jeunes filles	
2.90	2.69	1.99	3.03	2.68	1.60	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
9.70	10.47	6.58	5.52	3.44	3.09	filles	
4.10	2.78	2.90	3.34	2.68	1.88	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
						Fourrures	4
						Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
						de chambres d'enfants	
4.30	2.08	2.84	3.39	2.66	1.29	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
2.97	3.54	2.75	3.53	2.59	0.92	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3.24	3.21	2.45	3.72	3.04	2.22	Sous-vêtements	8
1.22	1.75	1.21	1.49	1.07	0.78	Chapeaux	9
4.28	3.70	2.13	2.67	2.41	1.63	Bas pour dames et fillettes	10
4.37	4.07	2.82	3.62	2.64	1.15	Gants, moufles et articles de parure pour	11
5.87	4.63	3.49	4.18	3.13	2.98	dames et fillettes	
6.10	6.56	4.18	5.13	3.55	2.43	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
4.66	4.69	4.00	5.09	3.09	1.08	enfants	
5.73	2.02	3.34	4.28	2.92	1.40	Vêtements pour hommes	13
						Articles d'habillement pour hommes	14
						Vêtements et articles d'habillement pour	15
						garçons	
6.65	5.67	3.91	5.07	3.69	2.90	Chaussures pour hommes et garçons	16
0.66	0.50	0.66	0.67	0.66	0.43	Produits alimentaires et connexes	17
4.13	3.84	3.54	4.22	3.81	1.52	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
						caments	
3.93	4.15	3.93	5.60	4.00	1.48	Appareils et fournitures photographiques	19
8.83	6.50	4.25	5.42	4.67	6.05	Tissus à la pièce	20
3.82	3.65	3.00	3.84	4.08	2.77	Literie et linge de maison	21
6.27	5.13	3.36	3.80	3.22	3.57	Menus articles	22
9.15	9.89	6.96	8.48	6.20	3.02	Porcelaine et verrerie	23
5.03	5.56	4.53	3.96	3.42	4.81	Revêtements de plancher	24
4.30	4.48	4.20	4.54	3.84	3.67	Tentures, rideaux et housses	25
6.66	7.13	5.72	6.69	4.42	2.17	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
4.48	5.14	4.44	4.84	4.62	5.30	d'ameublement pour la maison	
1.47	1.86	1.47	1.39	1.37	1.45	Meubles	27
4.24	4.03	2.66	3.89	3.05	1.90	Gros appareils ménagers	28
4.30	4.43	4.21	4.17	4.14	1.93	Télévision, radio et musique	29
						Articles de ménage et petits appareils élec-	30
						triques	
5.22	6.02	5.24	5.03	4.94	3.66	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
2.94	3.78	3.57	3.45	3.82	4.04	etc.	
7.07	7.18	5.01	7.51	5.39	1.76	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
5.67	7.67	8.84	6.91	2.64	0.73	truction	
4.00	4.91	5.10	7.67	5.14	2.39	Bijouterie	33
						Jouets et jeux	34
						Articles de sport et valises	35
5.18	3.54	3.30	4.71	3.43	1.22	Papeterie, livres et revues	36
2.60	3.10	3.33	2.87	2.35	2.77	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
0.04	0.03	0.04	0.04	0.04	0.03	réparation et fournitures	
0.72	0.69	0.65	0.57	0.45	0.37	Repas et casse-croûtes	38
2.46	2.35	2.42	2.79	2.76	1.22	Services et travaux de réparation	39
						Tous autres rayons	40
3.83	3.65	3.23	3.81	3.06	1.80	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

TABLE 27. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, Canada, 1982 and 1983

No.	Department	1983					1982	
		January	February	March	April	May	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Mai	Juin
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.21	0.26	0.30	0.29	0.35	0.36	0.36
2	Women's and misses' coats and suits	0.28	0.27	0.38	0.37	0.28	0.22	0.17
3	Women's and misses' sportswear	0.26	0.30	0.35	0.28	0.33	0.36	0.35
4	Furs	0.24	0.19	0.14	0.06	0.02	0.04	0.03
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	0.26	0.26	0.31	0.26	0.26	0.29	0.29
6	Girls' and teenage girls' wear	0.25	0.30	0.42	0.29	0.31	0.30	0.30
7	Lingerie and women's sleepwear	0.25	0.28	0.32	0.29	0.32	0.31	0.31
8	Intimate apparel	0.22	0.22	0.31	0.29	0.28	0.30	0.32
9	Millinery	0.44	0.51	0.61	0.67	0.59	0.74	0.74
10	Women's and girls' hosiery	0.29	0.28	0.35	0.31	0.29	0.33	0.30
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.21	0.20	0.28	0.26	0.29	0.27	0.26
12	Women's, misses' and children's footwear	0.16	0.17	0.23	0.22	0.23	0.20	0.20
13	Men's clothing	0.15	0.16	0.22	0.20	0.19	0.18	0.22
14	Men's furnishings	0.19	0.19	0.26	0.22	0.23	0.21	0.29
15	Boys' clothing and furnishings	0.18	0.17	0.27	0.27	0.27	0.26	0.28
16	Men's and boys' footwear	0.13	0.15	0.22	0.20	0.20	0.18	0.18
17	Food and kindred products	1.30	1.48	1.38	1.32	1.45	1.68	1.45
18	Toiletries, cosmetics and drugs	0.21	0.22	0.28	0.24	0.24	0.23	0.24
19	Photographic equipment and supplies	0.18	0.16	0.20	0.18	0.19	0.19	0.25
20	Piece goods	0.13	0.15	0.18	0.15	0.14	0.14	0.13
21	Linens and domestics	0.25	0.15	0.19	0.19	0.18	0.18	0.22
22	Smallwares and notions	0.22	0.20	0.22	0.19	0.16	0.14	0.15
23	China and glassware	0.08	0.10	0.12	0.10	0.13	0.12	0.10
24	Floor coverings	0.18	0.20	0.27	0.24	0.23	0.18	0.19
25	Draperies, curtains and furniture coverings	0.16	0.17	0.22	0.22	0.24	0.21	0.24
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.15	0.13	0.17	0.14	0.13	0.13	0.14
27	Furniture	0.19	0.17	0.24	0.19	0.23	0.18	0.15
28	Major appliances	0.57	0.49	0.60	0.50	0.61	0.51	0.60
29	Television, radio and music	0.24	0.21	0.27	0.19	0.19	0.18	0.20
30	Housewares and small electrical appliances	0.16	0.18	0.17	0.17	0.17	0.22	0.22
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	0.15	0.15	0.17	0.19	0.26	0.25	0.27
32	Plumbing, heating and building materials	0.16	0.21	0.23	0.27	0.30	0.33	0.33
33	Jewellery	0.08	0.10	0.13	0.13	0.14	0.14	0.14
34	Toys and games	0.12	0.13	0.17	0.16	0.15	0.14	0.14
35	Sporting goods and luggage	0.16	0.13	0.17	0.17	0.19	0.23	0.23
36	Stationery, books and magazines	0.22	0.22	0.29	0.22	0.19	0.21	0.22
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.22	0.22	0.30	0.31	0.35	0.33	0.33
38	Meals and lunches	15.77	13.74	15.43	13.42	14.87	24.88	26.77
39	Repairs and services	1.45	1.79	2.21	1.99	2.15	1.52	1.52
40	All other departments	0.35	0.38	0.44	0.41	0.46	0.46	0.46
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.22	0.22	0.27	0.25	0.26	0.25	0.25

TABLEAU 27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1982							No
July	August	September	October	November	December	Rayon	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
0.33	0.32	0.38	0.31	0.35	0.52	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
0.16	0.31	0.28	0.34	0.42	0.48	formes pour dames et jeunes filles	
0.36	0.36	0.49	0.36	0.38	0.55	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
0.10	0.10	0.15	0.20	0.27	0.32	filles	
0.27	0.33	0.35	0.32	0.35	0.52	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
						Fourrures	4
						Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
						de chambres d'enfants	
0.26	0.44	0.37	0.29	0.38	0.62	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.34	0.28	0.36	0.32	0.40	0.86	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.31	0.31	0.38	0.30	0.32	0.45	Sous-vêtements	8
0.83	0.68	0.87	0.85	1.00	1.24	Chapeaux	9
0.25	0.27	0.44	0.40	0.41	0.59	Bas pour dames et fillettes	10
0.24	0.25	0.36	0.31	0.39	0.72	Gants, moufles et articles de parure pour	11
0.17	0.21	0.28	0.25	0.30	0.33	dames et fillettes	
0.16	0.17	0.22	0.21	0.28	0.39	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
0.23	0.22	0.26	0.22	0.31	0.74	enfants	
0.21	0.41	0.31	0.26	0.32	0.63	Vêtements pour hommes	13
						Articles d'habillement pour hommes	14
						Vêtements et articles d'habillement pour	15
						garçons	
0.15	0.17	0.24	0.21	0.27	0.33	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.47	1.82	1.61	1.58	1.65	2.04	Produits alimentaires et connexes	17
0.24	0.25	0.28	0.27	0.28	0.58	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
						caments	
0.26	0.24	0.24	0.21	0.24	0.59	Appareils et fournitures photographiques	19
0.11	0.15	0.21	0.21	0.20	0.17	Tissus à la pièce	20
0.25	0.26	0.33	0.28	0.26	0.37	Literie et linge de maison	21
0.16	0.18	0.29	0.27	0.30	0.31	Menus articles	22
0.11	0.10	0.14	0.12	0.17	0.34	Porcelaine et verrerie	23
0.19	0.18	0.21	0.26	0.27	0.22	Revêtements de plancher	24
0.23	0.21	0.23	0.24	0.26	0.28	Tentures, rideaux et housses	25
0.15	0.14	0.17	0.16	0.22	0.41	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
0.22	0.19	0.22	0.22	0.21	0.21	d'ameublement pour la maison	
0.70	0.53	0.66	0.72	0.74	0.71	Meubles	27
0.23	0.24	0.36	0.29	0.34	0.52	Gros appareils ménagers	28
0.23	0.22	0.24	0.25	0.26	0.48	Télévision, radio et musique	29
						Articles de ménage et petits appareils élec-	30
						triques	
0.19	0.17	0.18	0.21	0.19	0.28	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
0.35	0.26	0.28	0.29	0.28	0.28	etc.	
0.14	0.14	0.19	0.15	0.20	0.49	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
0.18	0.14	0.12	0.16	0.34	0.91	truction	
0.24	0.19	0.20	0.15	0.18	0.39	Bijouterie	33
						Jouets et jeux	34
						Articles de sport et valises	35
0.20	0.28	0.29	0.23	0.30	0.70	Papeterie, livres et revues	36
0.39	0.33	0.30	0.37	0.41	0.39	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
						réparation et fournitures	
27.70	29.56	26.63	23.92	27.95	34.05	Repas et casse-croûtes	38
1.39	1.45	1.56	1.82	2.27	2.59	Services et travaux de réparation	39
0.40	0.40	0.42	0.40	0.37	0.72	Tous autres rayons	40
0.26	0.26	0.30	0.28	0.32	0.51	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

TABLE 28. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Unadjusted, Canada, 1981-1983

TABLEAU 28. Montants à recevoir(1), non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983

Month	1981	1982	1983	Change from previous month	Change 1983/1982
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1983/1982
	thousands of dollars			per cent	
	milliers de dollars			pourcentage	
January ^r - Janvier ^r	1,554,350	1,624,889	1,668,020	- 5.0	+ 2.7
February ^r - Février ^r	1,488,706	1,554,529	1,599,438	- 4.1	+ 2.9
March ^r - Mars ^r	1,476,287	1,537,740	1,566,508	- 2.1	+ 1.9
April ^r - Avril ^r	1,483,717	1,536,243	1,583,987	+ 1.1	+ 3.1
May - Mai	1,493,281	1,527,443	1,601,258	+ 1.1	+ 4.8
June - Juin	1,501,535	1,505,203			
July - Juillet	1,523,351	1,477,266			
August - Août	1,512,048	1,476,402			
September - Septembre	1,537,138	1,536,070			
October - Octobre	1,550,904	1,554,259			
November - Novembre	1,622,633	1,613,782			
December - Décembre	1,788,145	1,755,331			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 29. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983

TABLEAU 29. Montants à recevoir(1), désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983

Month	1981	1982	1983	Change from previous month	Change 1983/1982
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1983/1982
	millions of dollars			per cent	
	millions de dollars			pourcentage	
January ^r - Janvier ^r	1,470.0	1,538.5	1,576.1	+ 2.5	+ 2.4
February ^r - Février ^r	1,480.0	1,551.8	1,576.4	--	+ 1.6
March ^r - Mars ^r	1,499.0	1,563.8	1,593.1	+ 1.1	+ 1.9
April ^r - Avril ^r	1,515.0	1,566.1	1,614.5	+ 1.3	+ 3.1
May - Mai	1,537.0	1,567.6	1,643.3	+ 1.8	+ 4.8
June - Juin	1,563.0	1,563.0			
July - Juillet	1,615.0	1,560.6			
August - Août	1,595.0	1,554.2			
September - Septembre	1,581.0	1,569.9			
October - Octobre	1,565.0	1,566.3			
November - Novembre	1,570.0	1,563.8			
December - Décembre	1,563.0	1,537.8			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

Department Store Sales and
Stocks, MCD, Seasonal
and Trading Day Factors

Ventes et stocks des grands
magasins MDC et coefficients de
corrections des variations
saisonnières et des jours
commerciaux

TABLE 30. Department Store Sales and Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1983

No.	Department	Sales - Combined Seasonal and Trading Day Factors			
		Ventes - Coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux			
		MCD in April	April ^r	May ^P	June
		MDC en avril	Avril ^r	Mai ^P	Juin
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5	111.39	128.27	110.9
2	Women's and misses' coats and suits	8	97.52	51.47	39.3
3	Women's and misses' sportswear	3	102.51	109.10	96.3
4	Furs	12	27.13	17.58	19.1
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	5	101.81	91.94	87.5
6	Girls' and teenage girls' wear	4	99.18	92.91	87.2
7	Lingerie and women's sleepwear	3	85.49	92.81	88.8
8	Intimate apparel	4	106.46	105.54	109.8
9	Millinery	9	74.07	61.33	57.8
10	Women's and girls' hosiery	3	104.87	94.67	84.1
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4	87.62	87.29	80.1
12	Women's, misses' and children's footwear	5	110.19	106.94	94.1
13	Men's clothing	4	91.74	87.85	98.1
14	Men's furnishings	5	78.31	78.78	104.1
15	Boys' clothing and furnishings	6	101.41	85.91	83.1
16	Men's and boys' footwear	6	109.08	99.72	104.1
17	Food and kindred products	4	102.64	100.97	89.1
18	Toiletries, cosmetics and drugs	2	90.84	88.42	88.1
19	Photographic equipment and supplies	4	80.66	80.26	103.1
20	Piece goods	6	105.73	98.24	87.1
21	Linens and domestics	3	83.25	87.64	98.1
22	Smallwares and notions	4	90.23	74.48	76.1
23	China and glassware	4	78.60	83.94	88.1
24	Floor coverings	5	100.04	100.13	99.1
25	Draperies, curtains and furniture coverings	3	105.25	102.03	110.1
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	80.28	78.63	84.1
27	Furniture	5	93.35	105.79	106.1
28	Major appliances	5	90.87	95.85	103.1
29	Television, radio and music	5	78.39	72.29	78.1
30	Housewares and small electrical appliances	3	86.91	92.77	91.1
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	3	105.23	118.62	116.1
32	Plumbing, heating and building materials	6	109.54	124.23	116.1
33	Jewellery	3	77.42	83.84	87.1
34	Toys and games	4	67.92	56.33	59.1
35	Sporting goods and luggage	3	98.89	115.80	127.1
36	Stationery, books and magazines	3	78.76	77.33	83.1
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5	100.15	99.56	102.1
38	Meals and lunches	3	94.72	92.60	96.1
39	Repairs and services	6	97.31	95.70	94.1
40	All other departments	5	109.72	130.14	111.1
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	2	94.36	94.37	94.1

TABLEAU 30. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1983

Stocks - Seasonal Factors

Stocks - Coefficients des variations saisonnières

MCD in April	April ^r	May ^p	June	Rayon	N°
MDC en avril	Avril ^r	Mai ^p	Juin		
	126.44	108.78	86.29	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
	77.62	68.46	69.81	formes pour dames et jeunes filles	2
	120.98	114.24	92.77	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	3
	88.60	89.29	83.96	filles	4
	113.31	101.87	90.76	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	5
				Fourrures	
				Vêtements pour bébés et enfants et articles	
				de chambres d'enfants	
	111.28	106.80	90.03	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
	109.43	107.52	90.06	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
	106.71	106.89	92.80	Sous-vêtements	8
	89.32	102.13	73.05	Chapeaux	9
	110.82	108.66	95.22	Bas pour dames et fillettes	10
	108.64	103.72	87.62	Gants, moufles et articles de parure pour	11
	118.66	109.39	98.31	dames et fillettes	12
	102.25	101.34	84.12	Chaussures pour dames, jeunes filles et	13
	108.53	105.76	89.88	enfants	14
	101.24	94.81	87.50	Vêtements pour hommes	15
				Articles d'habillement pour hommes	
				Vêtements et articles d'habillement pour	
				garçons	
	110.56	113.36	100.11	Chaussures pour hommes et garçons	16
	Produits alimentaires et connexes	17
	104.48	102.58	93.12	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
	105.83	105.35	89.52	caments	19
	106.38	103.07	99.41	Appareils et fournitures photographiques	20
	110.00	110.71	101.46	Tissus à la pièce	21
	108.99	112.55	107.48	Literie et linge de maison	22
	98.33	103.61	96.44	Menus articles	23
	102.33	105.43	105.66	Porcelaine et verrerie	24
	105.89	104.68	97.05	Revêtements de plancher	25
				Tentures, rideaux et housses	
	99.87	109.29	100.09	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
	111.29	108.27	99.92	d'ameublement pour la maison	27
	108.80	102.05	94.43	Meubles	28
	108.04	103.41	98.23	Gros appareils ménagers	29
	108.89	106.00	98.44	Télévision, radio et musique	30
				Articles de ménage et petits appareils élec-	
				triques	
	105.93	111.14	103.84	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
	etc.	32
	107.69	105.03	94.53	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	
	100.36	89.62	80.38	truction	
	117.56	116.26	99.71	Bijouterie	33
				Jouets et jeux	34
				Articles de sport et valises	35
	101.39	105.10	98.91	Papeterie, livres et revues	36
	107.88	107.50	92.78	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
	réparation et fournitures	
	95.84	101.07	96.55	Repas et casse-croûtes	38
	120.94	117.43	101.49	Services et travaux de réparation	39
				Tous autres rayons	40
108.48	105.71	93.61		TOTAL, TOUS RAYONS	41

LIST OF DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - LISTE DES ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS

MAJOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS TRADITIONNELS

Ayre's Ltd., Water St., St. John's, Newfoundland
Bowring Bros. Ltd., 281 Water St., St. John's, Newfoundland
Caplan, C., Ltd., 135 Rideau St., Ottawa, Ontario
Eaton, T., Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario
Goudies Ltd., 22 King St. W., Kitchener, Ontario
Holman, R.T., Ltd., Water St., Summerside, Prince Edward Island
Hougens Ltd., 305 Main St., Whitehorse, Yukon
Hubert, Magasin J.O., Ltée, 163-165 rue Principale, Maniwaki, Québec
Hudson's Bay Co., 2 Bloor St. E., Toronto, Ontario
Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd., 4910-50th St., Lloydminster, Saskatchewan
Ogilvy, Charles, Ltd., 126 Rideau St., Ottawa, Ontario
Ogilvy's, James A., Ltd., Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec
Right House, The, Co. Ltd., 35-41 King St. E., Hamilton, Ontario (Closed February 1983 - Fermée février 1983)
Robinson, The G.W., Co. Ltd., 18 James St., Hamilton, Ontario
Simpsons Ltd., 401 Bay St., Toronto, Ontario
Simpson Sears Ltd., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario
Smith & Chapple Ltd., 24 Birch St., Chapleau, Ontario
Woodward Stores (Alta.) Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia
Woodward Stores (B.C.) Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

JUNIOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS POPULAIRES

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario
Sentry Dep't. Stores Ltd., 1650 Avenue Rd., Toronto, Ontario
Steinberg Inc., Miracle Mart Division, 5151 Thimens, St-Laurent, Québec
Towers Department Stores Ltd., 6509 Airport Rd., Mississauga, Ontario
Woolco Department Stores, c/o F.W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario
Zeller's Ltd., 5250 Decarie Blvd., Montréal, Québec

SELECTED PUBLICATIONS

Following are publications of the Merchandising and Services Division in the Retail Trade sector.

Catalogue

- 63-002 Department Store Sales and Stocks. M. Bil. 36 pp. First Issue, 1938. (ISSN 0380-7045).

Total sales and number of outlets, by province and selected metropolitan area, and sales and inventories by department, Canada.

- 63-004 Department Store Sales by Regions. Advance Release. M. Bil. 1 pp. First Issue, 1950. (ISSN 0709-8650).

Total sales and percentage changes of sales, by region.

- 63-005 Retail Trade. M. Bil. Approx. 65 pp. First Issue, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total retail sales by province and kind of business, for chain and independent stores; seasonally adjusted sales, Canada.

- 63-007 New Motor Vehicle Sales. M. Bil. Approx. 15 pp. First Issue, 1932. (ISSN 0705-5595).

Number and value of new passenger cars, trucks and buses sold by province and by origin (Canada and U.S. or imported). Monthly unit sales, by type and origin, seasonally adjusted.

- 63-014 Merchandising Inventories. M. Bil. 24 pp. First Issue, 1972. (ISSN 0380-7177).

Inventories and stocks/sales ratios, by type of trade for wholesale, by department for department stores, by kind of business for chain stores and independent stores: quarterly percentage changes for independent stores by kind of business.

- 63-210 Retail Chain and Department stores. A. Bil. Approx. 74 pp. First Issue, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total retail sales by chain and department stores including data on floor area, inventory and accounts receivable.

CHOIX DE PUBLICATIONS

Les publications suivantes se trouvent à la Section du commerce de détail, Division du commerce et des services.

Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M. Bil. 36 pages. Premier numéro, 1938. (ISSN 0380-7045).

Ventes totales et nombre de points de ventes par provinces et certaines régions métropolitaines, ventes et stocks par rayon, Canada.

- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M. Bil. 1 page. Premier numéro, 1950. (ISSN 0709-8650).

Variations en pourcentage et ventes par région.

- 63-005 Commerce de détail. M. Bil. Environ 65 pages. Premier numéro, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total des ventes au détail par province et genre de commerce, pour les magasins à succursales et les magasins indépendants; chiffres désaisonnalisés, Canada.

- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M. Bil. Environ 15 pages. Premier numéro, 1932. (ISSN 0705-5595).

Nombre et valeur des voitures particulières, des camions et des autobus neufs vendus par province et par lieu d'origine (Canada et E.-U. ou importés). Ventes unitaires mensuelles selon le type et l'origine, après désaisonnalisation.

- 63-014 Stocks commerciaux. M. Bil. 24 pages. Premier numéro, 1972. (ISSN 0380-7177).

Stocks et rapports stocks/ventes, par genre de commerce pour le commerce de gros, par rayon pour les grands magasins et par genre de commerce pour les magasins à succursales et magasins indépendants: variations trimestrielles en pourcentage pour les magasins indépendants suivant le genre de commerce.

- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A. Bil. Environ 74 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total des ventes au détail pour les magasins à succursales et les grands magasins, incluant des données sur la superficie total, des stocks, et comptes à recevoir.

Catalogue

- 63-213 Vending Machine Operators. A. Bil. 21 pp. First Issue, 1958. (ISSN 0527-6411).

Sales of merchandise through automatic vending machines, by type of machine and location, Canada and provinces.

- 63-218 Direct Selling Canada. A. Bil. 14 pp. First Issue, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Sales of various commodities by method of distribution; door-to-door, mail order, etc.

- 63-219 Campus Book Stores, A. Bil. Approx. 8 pp. First Issue, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Retail sales by commodities, employees and payroll, by regions, provinces and Canada, for academic years.

- 63-224 Market Research Handbook. A. Bil. 700 pp. First Issue, 1975. (ISSN 0590-9325).

The data covers such topics as general economic indicators, population characteristics, personal income and expenditure and household facilities.

- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O. Bil. 695 pp. (ISBN 0-660-506-13-0). The publication provides revised retail trade estimates for the years 1972 to 1979, both unadjusted and seasonally adjusted and also sections on definitions, concepts, classifications, methodology and data reliability.

Operating Results - Retail Trades. O. Bil. 29 pp. First Issue, 1974.

Reports in the Operating Results series contain ratios (percentages of net sales) for: purchases, inventories, cost of goods sold, gross profit, operating expense items and net profit.

Catalogue

- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A. Bil. 21 pages. Premier numéro, 1958 (ISSN 0527-6411).

Ventes de marchandise selon le genre de machine et l'emplacement, Canada et provinces.

- 63-218 La vente directe au Canada. A. Bil. 14 pages. Premier numéro, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Ventes de divers produits, par mode de distribution: démarchage, poste, etc.

- 63-219 Librairies de campus. A. Bil. Environ 8 pages. Premier numéro, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Ventes au détail par article, ainsi que le nombre d'employés et la paye, par région, par province et au Canada par année scolaire.

- 63-224 Manuel statistique pour études de marché. A. Bil. 700 pages. Premier numéro, 1975. (ISSN 0590-9325).

Les données portent sur des sujets tels que les indicateurs économiques généraux, les caractéristiques de la population, le revenu et les dépenses des particuliers et l'équipement ménager.

- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S. Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0). Cette publication contient des données brutes et désaisonnalisées, révisées de 1972 à 1979, des sections sur les définitions, les concepts, le classement, la méthodologie ainsi que des renseignements sur la fiabilité des données.

Résultats d'exploitation - Commerce de détail. H.S. Bil. 29 pages. Premier numéro, 1974.

Les bulletins de la série des Résultats d'exploitation contiennent des ratios (pourcentages des ventes nettes) pour les achats, les stocks, le coût des biens vendus, les bénéfices bruts, les dépenses d'exploitation et les bénéfices nets.

Catalogue

The following reports on Operating Results are available.

- 63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1979
- 63-604 Independent Women's Retail Clothing Stores, 1975
- 63-605 Independent Retail Hardware Stores, 1976
- 63-606 Retail Shoe Stores, 1977
- 63-607 Retail Drug Stores, 1978
- 63-608 Retail Florists, 1979
- 63-609 Independent Retail Jewellery Stores, 1978
- 63-610 Retail Hardware Stores, 1980
- 63-611 Women's Retail Clothing Stores, 1980
- 63-612 Retail Family Clothing Stores, 1980

. - Monthly A.- Annual Bil.- Bilingual
.- Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available free on request from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue

Les publications suivantes sur les résultats d'exploitation sont maintenant disponibles.

- 63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1979
- 63-604 Magasins indépendants de vente au détail de vêtements pour dames, 1975
- 63-605 Magasins indépendants de vente au détail de quincaillerie, 1976
- 63-606 Magasins de vente au détail de chaussures, 1977
- 63-607 Pharmacies au détail, 1978
- 63-608 Magasins de fleuristes, vente au détail, 1979
- 63-609 Magasins indépendants de vente au détail de bijouterie, 1978
- 63-610 Magasins de vente au détail de quincaillerie, 1980
- 63-611 Magasins de vente au détail de vêtements pour dames, 1980
- 63-612 Magasins de vente au détail de vêtements pour la famille, 1980

M. - Mensuel A.- Annuel Bil.- Bilingue
H.S. - Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et social du Canada. On peut se procurer gratuitement un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Department store sales and stocks

June 1983

Ventes et stocks des grands magasins

Juin 1983



Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Merchandising and Services Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V4 (Telephone: 996-9304) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (992-4734)	Edmonton (420-3027)
Toronto (966-6586)	Vancouver (666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	Zénith 0-7037
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
British Columbia (South and Central)	112-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by NorthwestTel Inc.)	Zénith 0-8913
Northwest Territories (area served by NorthwestTel Inc.)	Zénith 2-2015

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales and Services, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V7.

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordinolingué et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section de commerce détail,
Division du commerce et des services,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V4 (téléphone: 996-9304) au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (992-4734)	Edmonton (420-3027)
Toronto (966-6586)	Vancouver (666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	Zénith 0-7037
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
Colombie-Britannique (sud et centrale)	112-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Zénith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Zénith 2-2015

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés, autres librairies locales, par l'entremise des bureaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes et de la distribution des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V7.

Statistics Canada
Merchandising and Services Division
Retail Trade Section

Department store sales and stocks

June 1983

Statistique Canada
Division du commerce et des services
Section du commerce de détail

Ventes et stocks des grands magasins

Juin 1983

Published under the authority of
the Minister of Supply and
Services Canada

Statistics Canada should be credited when
reproducing or quoting any part of this document

© Minister of Supply
and Services Canada 1983

September 1983
5-3406-503

Price: Canada, \$3.15, \$31.50 a year
Other Countries, \$3.80, \$37.80 a year

Catalogue 63-002, Vol. 48, No. 6

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par
le ministre des Approvisionnements et
Services Canada

Reproduction ou citation autorisée sous réserve
d'indication de la source: Statistique Canada

© Ministre des Approvisionnements
et Services Canada 1983

Septembre 1983
5-3406-503

Prix: Canada, \$3.15, \$31.50 par année
Autres pays, \$3.80, \$37.80 par année

Catalogue 63-002, vol. 48, n° 6

ISSN 0380-7045

Ottawa

SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or, in this publication less than half unit expressed.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the CANSIM staff, Current Economic Analysis Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-995-7406), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

SIGNES CONVENTIONNELS

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou, dans la présente publication, inférieur à la moitié de l'unité exprimée.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les ventes et stocks des grands magasins (matrice n° 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour de plus amples renseignements, s'adresser au personnel CANSIM, Division de l'analyse de conjoncture, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-995-7406), ou aux conseillers régionaux aux bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

TABLE OF CONTENTS

	Page
Introduction	vii
Definitions	viii
Methodology	ix
Data Reliability	x
Non-sampling Errors	x
Non-sampling Error Measures	xi
Seasonal Adjustment	xiii
Constant Dollar Estimates	xiv
Data Confidentiality	xvi
Explanatory Notes	xvi
Charts	
Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983	xviii
Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983	xviii
Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1981-1983	xix
Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1981-1983	xx
Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1981-1983	xx
Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization	xxi
Highlights	xxiii
Table	
Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983	2

TABLE DES MATIÈRES

	Page
Introduction	vii
Définitions	viii
Méthodologie	ix
Fiabilité des données	x
Erreurs non liées à l'échantillonnage	x
Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage	xi
Désaisonnalisation	xiii
Estimations en dollars constants	xiv
Confidentialité des données	xvi
Notes explicatives	xvi
Graphiques	
1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1981-1983	xviii
2. Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1981-1983	xviii
3. Ventes des grands magasins et commerce de détail Total, par mois, Canada, 1981-1983	xix
4. Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1981-1983	xx
5. Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983	xx
6. Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisation	xxi
Points saillants	xxiii
Tableau	
1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	2

Table

2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983	4
3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983	6
4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	6
5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983	8
6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	8
7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983	10
8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	10
9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983	12
10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	12
11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983	14
12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	14
13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983	16
14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	16
15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983	18
16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983	19

Tableau

2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1982 et 1983
3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1982 et 1983
4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983
5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983
6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983
7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983
8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983
9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1982 et 1983
10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983
11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983
12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983
13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983
14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983
15. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983
16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1982 et 1983

TABLE OF CONTENTS - Concluded

	Page
7. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	19
8. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983	20
9. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	20
10. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983	21
11. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	21
12. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1981-1983	22
13. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981-1983	23
14. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, 1982 and 1983	24
15. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983	26
16. Department Store Monthly Stock-Sales Ratios, by Department, Canada, 1982 and 1983	28
17. Department Store Monthly Sales-Stock Ratios, by Department, 1982 and 1983	30
18. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted, Canada, 1981-1983	32
19. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983	32
20. Department Store Sales and Stocks MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1983	34
21. List of Department Store Organizations	36
22. Selected Publications	37

TABLES DES MATIÈRES - fin

Tableau	Page
17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	19
18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983	20
19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	20
20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983	21
21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	21
22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1981-1983	22
23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1981-1983	23
24. Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	24
25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1982 et 1983	26
26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	28
27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	30
28. Montants à recevoir, non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983	32
29. Montants à recevoir, désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983	32
30. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1983	34
Liste des organisations de grands magasins	36
Choix de publications	37

INTRODUCTION

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services. A "List of Department Store Organizations" can be found at the end of this publication.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Merchandising and Services Division, to be utilized. (The census also measures the activities of "establishments", however, this concept is not used in the monthly survey of department stores.) Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. For example, non-department store locations are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure with the catalogue sales activity of department store organizations classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its leased departments, if any, is considered to be a total entity; that is, it competes in the marketplace as one structure, rather than as a number of smaller stores.

INTRODUCTION

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971. La "Liste des organisations de grands magasins" est donnée à la fin de cette publication.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division du commerce et des services. (Le recensement mesure également les activités des "établissements", toutefois cette unité d'observation n'est pas utilisée dans l'enquête mensuelle sur les grands magasins.) En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les firmes déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les rayons de concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement **unique** et non comme un regroupement de petits magasins.

Definitions

Retail Location

A retail location, as defined by Statistics Canada, is a business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public for household or personal consumption.

Department Store

A retail location is defined as a department store outlet if it possesses the following characteristics. It must sell the following general lines of merchandise:

Family clothing and apparel. This commodity group is composed of some or all of the following lines: women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms; women's and misses' coats and suits; women's and misses' sportswear; furs; infants' and children's wear; girls' and teenage wear; lingerie and women's sleepwear; intimate apparel; millinery; women's and girls' hosiery; women's and girls' gloves, mitts and accessories; women's, misses' and children's footwear; men's clothing; men's furnishings; boys' clothing and furnishings; men's and boys' footwear. **Note:** The outlet must sell at least six of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being men's and boys' clothing or furnishings. At least 20% of the outlet's total sales must be derived from the family clothing and apparel group.

Furniture, appliance and home furnishings. This commodity group is composed of some or all of the following lines: linens and domestics; china and glassware; home furnishings; furniture, wooden and upholstered goods for living room, dining room and bedroom; major appliances; television, radio and music; hardware and housewares. **Note:** The outlet must sell at least four of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being furniture (wooden and upholstered goods for dining room and/or living room and/or bedroom). At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the furniture, appliance and home furnishings group.

All other (miscellaneous). This category includes all commodities sold by the outlet but not shown above, such as: toiletries, cosmetics and drugs; photographic equipment and supplies; piece goods; notions and smallwares; jewellery; sporting goods and luggage; stationery, books and magazines; and food. **Note:** The outlet must sell at

Définitions

Point de vente au détail

Suivant la définition de Statistique Canada un point de vente au détail est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle.

Grand magasin

Un point de vente au détail est un grand magasin s'il possède les caractéristiques suivantes:

Vêtements pour la famille. Ce groupe comprend les articles suivants: robes pour dames et jeunes filles, robes de ménage, tabliers et uniformes; manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles; vêtements de sport pour dames et jeunes filles; fourrures; vêtements de bébés et d'enfants; vêtements de fillettes et d'adolescentes; lingerie et vêtements de nuit pour dames; sous-vêtements; chapeaux; bas pour dames et fillettes; gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes; chaussures pour dames, jeunes filles et enfants; vêtements pour hommes; articles d'habillement pour hommes; vêtements et articles d'habillement pour garçons; chaussures pour hommes et garçons. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins six des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être les vêtements ou articles d'habillement pour hommes et garçons. Au moins 20% des ventes globales du magasin doivent provenir dans le groupe de vêtements pour famille.

Meubles, appareils et articles d'ameublement ménager. Ce groupe comprend les articles suivants: literie et linge de maison; porcelaine; verrerie; articles d'ameublement ménager; meubles, de bois ou rembourrés, pour salle de séjour, salle à manger ou chambre à coucher; appareils, télévision, radio et musique; quincaillerie et articles de ménage. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins quatre des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être les meubles (de bois ou rembourrés pour salle à manger et (ou) salle de séjour et (ou) chambre à coucher). Au moins 10 % des ventes globales du magasin doivent provenir du groupe des meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.

Tous autres articles (divers). Cette catégorie comprend toutes les marchandises que tient le magasin, mais qui ne figurent pas ci-dessus, telles que: articles de toilette, cosmétiques; médicaments; appareils et fournitures photographiques; tissus à la pièce; mercerie et menus articles; bijouterie; articles de sport et valises; papeterie, livres et revues; et aliments.

least **three** different commodity lines with not one of these lines representing more than 50% of the **total** store sales. At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the all other or miscellaneous groups.

Total net sales and receipts are defined as the total sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, restaurant and other services, less returns, adjustments and discounts. Trade-in allowances are not deducted. Commissions earned from the sales of goods owned by others and proprietors' withdrawals of goods (at retail) for personal use are included. Non-trading revenues, bad debts recovered and direct sales taxes are excluded.

Stocks are defined as the selling value of inventory on hand at the end of the month or as at the end of the fiscal period falling nearest the end of the calendar month.

Accounts receivable are defined as customers' accounts and notes receivable as at the end of the month, as well as all new credit granted during the month, less payments received. Accounts discounted with banks, paper sold to sales finance companies, or amounts owing on account of credit-card plans, are excluded. Accounts receivable used as security for bank loans are not considered as discounted if still payable and are therefore included.

Junior Department Stores are defined as retailing entities which sell the same wide range of goods (see department store definition) that are sold in the more traditional (major) department stores and are popularly described as discount operations.

Methodology

The **monthly sales values**, published at the Canada, provincial and metropolitan area levels, are based on the universe of department store organizations. A 100% response rate is aimed for each month with the publication usually delayed if large department store organizations have not responded in time. The monthly sales figures are estimated when necessary, due only to late response, by applying an imputation method which is unique to each organization.

The **monthly sales values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdown of sales. The percentage

Nota: Le magasin doit tenir au moins **trois** des séries mentionnées ci-dessus, dont aucune ne doit représenter plus de 50% des ventes **globales** du magasin. Au moins 10% des ventes globales du magasin doivent provenir des groupes tous autres articles ou divers.

Les **ventes et recettes nettes totales** sont définies comme le total des ventes de marchandises neuves et usagées et des recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres services, moins les rendus, les rajustements et les remises. La valeur des reprises n'est pas déduite. Les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel sont comptées. Les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente directes sont exclus.

Les **stocks** englobent la valeur marchande des stocks détenus à la fin du mois ou de la période financière la plus rapprochée.

Par **comptes à recevoir** on entend les comptes et billets à recevoir des clients à la fin du mois, ainsi que de tout nouveau crédit consenti au cours du mois, moins les paiements reçus. Les comptes escomptés à la banque, les titres vendus à des sociétés de financement des ventes et les montants dus en vertu d'un régime de cartes de crédit ne sont pas comptés. Les comptes à recevoir servant à garantir un emprunt bancaire ne sont pas considérés comme étant escomptés s'ils sont encore payables; ils sont donc inclus.

Les **grands magasins populaires** sont définis comme étant des points de ventes au détail qui offre la même vaste gamme d'articles (voir la définition d'un grand magasin) que les grands magasins traditionnels et qui sont généralement considérés comme des magasins à prix réduits.

Méthodologie

Le **chiffre des ventes mensuelles**, publié pour le Canada, les provinces et les régions métropolitaines, est établi en fonction de l'univers des sociétés de grands magasins. Puisque l'on vise chaque mois un taux de réponse de 100%, la publication est habituellement retardée si une grande firme n'a pas fait parvenir sa déclaration dans les délais prévus. Dans le cas d'une réponse tardive, il est possible de calculer un chiffre estimatif des ventes mensuelles grâce à une méthode d'imputation qui est unique à chaque firme.

Le **chiffre des ventes mensuelles par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes. La répartition en pourcentage des ventes

distributions of sales by department, calculated from the reporting organizations, are applied to the monthly Canada sales total in order to provide an estimate of sales by department at the Canada level.

The monthly stock values by department, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdowns of sales and stocks. A stock-to-sales ratio for each department, calculated from the reporting organizations, is applied to the corresponding department's monthly sales estimate in order to provide an estimate of stocks by department at the Canada level.

The monthly accounts receivable values, published at the Canada level, are based on a panel of department store organizations which are known to have accounts receivable. Data for late respondents are estimated by applying the monthly percentage change in accounts receivable, calculated from the reporting organizations, to the previous month's data of each organization that was late in reporting.

Data Reliability

Non-sampling Errors

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the organizations listed at the end of this publication. The survey can be considered as a complete census of the population under consideration and therefore not subject to sampling errors; however, even under a census situation, with a complete enumeration each month of all known department store locations, errors in published data can occur. These errors, called non-sampling errors, are present whether a sample or a complete census of the population is taken and can be attributed to one or more of the following sources:

Coverage error. This error can result from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

Data response error. This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses under different modes of communication.

par rayon obtenues auprès des firmes déclarantes est appliquée au chiffre mensuel des ventes totales pour le pays afin d'établir une estimation des ventes par rayon pour l'ensemble du Canada.

Le chiffre des stocks mensuels par rayon publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise de ventes et des stocks. Pour chaque rayon, le rapport des ventes aux stocks (calculé à partir des déclarations des firmes) est appliqué à l'estimation des ventes mensuelles afin de produire une estimation des stocks pour le Canada.

Le chiffre des comptes à recevoir mensuel pour l'ensemble du pays provient des sociétés de grands magasins qui ont de tels comptes. Les données relatives aux enquêtes retardataires sont estimées comme suit: on calcule d'abord la variation en pourcentage des comptes à recevoir des firmes déclarantes, puis on la fait porter sur les chiffres du mois précédent de la firme retardataire.

Fiabilité des données

Erreurs non liées à l'échantillonnage

L'enquête mensuelle sur les ventes et stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins énumérées à la fin de cette publication. Étant donné qu'elle peut être considérée comme un recensement exhaustif de la population observée, elle ne risque pas de comporter des erreurs d'échantillonnage. Par contre, même les données publiées d'un recensement qui dénombre intégralement à chaque mois l'ensemble des points de vente connus des grands magasins peuvent être entachés d'erreurs. Celles-ci, dites non liées à l'échantillonnage, se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

Le champ couvert par l'enquête. L'erreur résulte d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

La réponse. Ici, l'erreur peut être attribuée à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou à des variations, d'un interviewer à l'autre dans le mode de communication retenu, lorsqu'il s'agit d'expliquer des questions et d'interpréter les réponses.

Non-response error. Some respondents may refuse to answer questions, some are unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally increases with increases in the non-response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

Processing error. These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc.

Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control so that their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates of this publication all attempts have been made to minimize the non-sampling errors: department store locations have been defined in a most precise manner; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations; detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; and every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response burden.

Non-sampling Error Measures

One source of non-sampling error is the non-response error. Text Table I assists users in evaluating this error. Two response measures are derived, namely, the **response rate**, which is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication and the **response fraction**, which is a measure of the response rate, and is the proportion of published data which is based upon actual reported data.

The units used in the Department Store Sales and Stocks Survey for derivation of response rate is based on (1) the survey units - the 10 provinces, the two territories and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations and (2) the organizational unit - the department store firm (company) themselves. For example, a department store firm reporting for 20 stores in a city would be considered as one survey

La non-réponse. Certains enquêtés refusent de répondre, tandis que d'autres en sont incapables et encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur les non-répondants, lorsque celles-ci existent. On ne connaît généralement pas l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure qu'augmente le taux de non-réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

Le traitement. L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération et la totalisation.

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. En outre, il faut les contrôler de sorte qu'elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. En ce qui concerne les estimations du présent bulletin, tout a été mis en oeuvre afin de minimiser ce genre d'erreurs. Ainsi, les points de vente des grands magasins ont été définis avec beaucoup de précision; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum le nombre d'interprétations éventuelles; les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; enfin, on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage

Parmi les erreurs non liées à l'échantillonnage, on retrouve l'erreur de non-réponse. Le tableau explicatif I donne deux mesures de la réponse qui aideront l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. Le **taux de réponse** représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication. La **fraction de réponse**, par contre, est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés.

Les unités utilisées pour calculer le taux de réponse de l'enquête sur les ventes et les stocks des grands magasins est fondée sur (1) les unités d'enquête - soit les 10 provinces, les deux territoires et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente et (2) les unités organisationnelles - les sociétés des grands magasins elles-mêmes. Par exemple, une société de grands magasins qui produit une déclaration pour 20 magasins en Ontario est considérée comme une unité d'en-

unit and one organizational unit while a firm reporting for five stores in Vancouver, 10 in British Columbia (excluding Vancouver) and two in Yukon would be considered as three survey units but only one organizational unit.

The data variables under consideration for derivation of the **response fraction** are sales, stocks and accounts receivable.

Text Table I gives the reliability of the survey data with respect to the non-response error. The response rate is given as the percentage of survey units and the corresponding organizational units which have responded in time for inclusion in this publication. The response fraction is given as the percentage of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores. For example, a cell of 20 organizational units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25% in terms of these units. If the five units represented \$8 million out of a published estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%. In cases such as these, the response rate alone would tend to underestimate the reliability of the estimate and both measures should be considered.

quête et une unité organisationnelle alors qu'une firme dont la déclaration porte sur cinq magasins à Vancouver, 10 en Colombie-Britannique (sauf Vancouver) et deux au Yukon représente trois unités d'enquête mais seulement une unité organisationnelle.

Les variables dont il faut tenir compte pour calculer la **fraction de réponse** sont les ventes, les stocks et les comptes à recevoir.

Le tableau explicatif I donne la fiabilité des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse. Le taux de réponse représente le pourcentage des unités d'enquête et des unités organisationnelles correspondantes qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans le présent bulletin. Par contre, la fraction de réponse constitue le pourcentage des données publiées qui sont fondées sur des renseignements effectivement déclarés par les grands magasins. Par exemple, le taux de réponse d'une cellule comportant 20 unités organisationnelles dont cinq répondent lors d'un mois donné atteindrait 25%. Cependant, si les cinq unités représentent 8 millions sur l'estimation publiée de \$10 millions, la fraction de réponse s'élèverait à 80%. Comme le taux de réponse aurait, à lui seul, tendance à déprécier la fiabilité de l'estimation, dans un tel cas, il faudrait tenir compte de deux unités de mesure.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1983
June

TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1983
Juin

	Response rate		Response fraction
	Taux de réponse		Fraction de réponse
	Survey units	Organizational units	
	Unités d'enquête	Unités organisationnelles	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	99.1	95.8	99.9
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	58.3	87.2
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	41.7	61.6
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	100.0	100.0

Seasonal Adjustment

Time series contain the elements essential to the description, explanation and forecasting of the behaviour of an economic phenomenon: "They are statistical records of the evolution of economic processes through time." (1) In using time series to observe economic activity, economists and statisticians have identified four characteristic behavioural components: the long-term movement or trend, the cycle, the seasonal (variations) and the irregular (fluctuations). These movements are caused by various economic, natural or institutional factors. The seasonal variations occur periodically on a more or less regular basis over the course of the year as a result of seasonal changes in weather, statutory holidays and other events which occur at fairly regular intervals and thus have a major impact on the rate of economic activity.

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X-11-ARIMA seasonal adjustment method (2) to seasonally adjust its time series. This method minimizes the impact of seasonal variations on the series and essentially consists of adding one year of raw data onto each end of the original series before it is seasonally adjusted per se. The estimated data are derived from forecasts and backcasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

The X-11 part of the X-11-ARIMA program uses primarily the ratio-to-moving average method to smooth the modified series and obtain a preliminary estimate of the trend-cycle, to calculate the ratios of the original series (fitted) to the estimates of the trend-cycle and to estimate the seasonal factors from these ratios. The final seasonal factors are produced only after these iterations have been repeated several times. (3) These procedures, used to determine the seasonal factors necessary to calculate the final seasonally adjusted data, are, since May 1983, executed every month instead of once a year. This permits

(1) "A Note on the Seasonal Adjustment of Economic Time Series," *Canada Statistical Review*, August 1974.

(2) For further information see the *X-11-ARIMA Seasonal Adjustment Method*, by Estella Bee Dagum, Statistics Canada, Catalogue 12-564E, Occasional.

See next page.

Désaisonnalisation

Les séries temporelles ou chronologiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. "Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps" (1). L'observation par les économistes et les statisticiens de l'activité économique à l'aide des séries temporelles a donc permis de distinguer quatre composantes principales du comportement des séries temporelles: la tendance à long terme ou trend, le mouvement cyclique, les variations saisonnières et les fluctuations irrégulières ou accidentelles. Ces mouvements sont causés par différents facteurs, soit économiques, naturels ou institutionnels. Les variations saisonnières sont les fluctuations périodiques plus ou moins régulières qui se produisent au cours d'une année en raison du cycle météorologique normal, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles avec une certaine régularité pour influencer de façon significative le taux d'activité.

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et de produire une meilleure prédiction, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI (2) afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. Cette technique consiste essentiellement à ajouter une année de données brutes à chacune des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolations prospectives et retrospectives réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressifs à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

La partie X-11 du programme X-11-ARMMI fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série modifiée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, pour calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle et pour estimer les facteurs saisonniers à partir de ces dits rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises (3). Ces étapes déterminant les facteurs saisonniers nécessaires au calcul des données désaisonnalisées finales, sont depuis mai 1983, exécutées à chaque mois au lieu d'une seule fois par an. Il nous est donc possible de mettre

(1) La désaisonnalisation des séries temporelles économiques: quelques remarques; tiré à part de la *Revue statistique du Canada*, Août 1974.

(2) Pour plus ample information voir la *Méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI*, par Estella Bee Dagum, Statistique Canada, no. 12-564F au catalogue, hors série.

(3) Voir page suivante.

us to update each month the reference series from which we derive the final estimations of the seasonal factors with the previous month's revised data. However, in order to obtain the preliminary seasonally adjusted value for the current month's sales, a projected seasonal factor is used (derived from previous month's data.)

While seasonal adjustment permits a better understanding of the underlying trend-cycle of a series, the seasonally-adjusted series still contains an irregular component. Slight month-to-month variations in the seasonally adjusted series may be simple irregular movements; to get a better idea of the underlying trend, then, users must examine several months of seasonally adjusted series.

To assist the user, the Months of Cyclical Dominance number, MCD, is provided.(3) The MCD is the shortest monthly span for which a certain ratio becomes and remains less than one, that is, the ratio for which the absolute average percentage change of the trend-cycle of the seasonally adjusted series becomes greater than the absolute average percent change of the irregular component. The MCD can be interpreted as the number of months over which a change in the seasonally adjusted series must move in a given direction before one can be reasonably certain that the trend-cycle of that series also has moved in the given direction. Clearly small MCD's are desirable and indicative of a smooth series. Applying a moving average to the seasonally adjusted data of MCD length tends to smooth irregular movements which may obscure the underlying trend-cycle. The MCD moving average provides a method of reducing all types of series to approximately the same degree of smoothness whatever the size of the irregular component in the original series.

Constant Dollar Estimates

To obtain constant dollar estimates of total department store sales (Text Table II), estimates of sales by department group are deflated using department group implicit price indices supplied by the Industry Product Division of Statistics Canada. These deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars. The published price index is an implicit index calculated by dividing the total current dollar sales estimate by the total constant dollar sales estimate.

(3) See Tables 30.

à jour mensuellement les séries de référence desquelles on dérive les estimations finales des facteurs saisonniers, en employant les données les plus récentes disponibles. Toutefois, afin d'obtenir la valeur préliminaire des ventes désaisonnalisées pour le mois courant, on utilise une prévision du facteur saisonnier fondée sur les données disponibles le mois précédent.

Bien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent n'être que de simples mouvements irréguliers; pour avoir une meilleure idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

À cette fin, on retient l'usage des mois de dominance cyclique, ou MDC.(3) Il s'agit du plus petit nombre de mois pour lesquels un certain rapport devient et reste inférieur à l'unité; autrement dit, il s'agit de la période pendant laquelle le taux de variation moyen absolu de la tendance-cycle de la série désaisonnalisée est supérieur à celui de la composante irrégulière. Le MDC peut être considéré comme le nombre de mois que doit durer une variation de la série désaisonnalisée dans une direction donnée avant qu'on puisse être raisonnablement certain que la tendance-cycle de la série évolue dans la même direction. Ainsi, un MDC peu élevé est souhaitable puisqu'il indique la présence d'une série lisse. L'application d'une moyenne mobile aux données désaisonnalisées de période égale au MCD tend à lisser les mouvements irréguliers pour dissimuler la tendance-cycle fondamentale. La méthode de la moyenne mobile du MCD permet de réduire tous les genres de série à peu près au même niveau de lissage, quelle que soit la taille de la composante irrégulière dans la série initiale.

Estimations en dollars constants

Afin d'obtenir la valeur estimative de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants (tableau explicatif II), les estimations des ventes relatives aux principaux groupes de départements sont dégonflées au moyen d'indices implicites de prix appropriés fournis par la Division du produit industriel de Statistique Canada. Les estimations de ces groupes de ventes ainsi dégonflées sont par la suite totalisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants. L'indice des prix qui est publié est un indice implicite obtenu en divisant le chiffre estimatif des ventes totales en dollars courants par l'estimation correspondante en dollars constants.

(3) Voir les tableaux 30.

TEXT TABLE II. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1981-1983
 TABLEAU EXPLICATIF II. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1981-1983

Period	Price index	Current dollars unadjusted	Year/year per cent change	Constant 1971 dollars unadjusted	Year/year per cent change
Période	Indice des prix	Dollars courants non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1971 non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année
		'000	%	'000	%
1981:					
January - Janvier	185.2	643,821	+ 14.5		
February - Février	189.3	568,767	+ 9.1	347,636	+ 4.0
March - Mars	190.0	688,718	+ 11.3	300,458	- 0.7
April - Avril	192.1	793,595	+ 16.0	362,483	+ 2.0
May - Mai	193.5	822,881	+ 7.1	413,116	+ 6.4
June - Juin	193.3	835,934	+ 20.8	425,261	- 1.0
July - Juillet	193.2	757,743	+ 6.8	432,454	+ 12.0
August - Août	195.2	786,492	+ 7.5	392,207	- 1.5
September - Septembre	195.7	848,390	+ 5.3	402,915	- 0.9
October - Octobre	198.1	892,549	+ 8.3	433,516	- 2.6
November - Novembre	199.0	1,036,498	+ 4.6	450,555	- 0.6
December - Décembre	198.1	1,542,685	+ 5.8	520,853	- 3.1
Year - Année	194.3	10,218,073	+ 9.1	778,741	- 1.7
				5,260,195	+ 0.6
1982:					
January - Janvier	198.6	600,051	- 6.8		
February - Février	204.8	578,049	+ 1.6	302,140	- 13.1
March - Mars	204.1	694,137	+ 0.8	282,250	- 6.1
April - Avril	206.4	788,971	- 0.6	340,097	- 6.2
May - Mai	208.5	813,933	- 1.1	382,253	- 7.5
June - Juin	207.4	790,853	- 5.4	390,376	- 8.2
July - Juillet	205.7	763,949	+ 0.8	381,318	- 11.8
August - Août	207.2	775,727	- 1.4	371,390	- 5.3
September - Septembre	205.2	861,179	+ 1.5	374,386	- 7.1
October - Octobre	208.1	859,187	- 3.7	419,678	- 3.2
November - Novembre	208.8	1,073,558	+ 3.6	412,872	- 8.4
December - Décembre	208.4	1,608,478	+ 4.3	514,156	- 1.3
Year - Année	206.5	10,208,072	- 0.1	771,822	- 0.9
				4,942,738	- 6.0
1983:					
January - Janvier	206.6	623,426	+ 3.9		
February - Février	213.2	604,104	+ 4.5	301,755	- 0.1
March - Mars	211.9	787,578	+ 13.5	283,351	+ 0.4
April - Avril	215.4	775,268	- 1.7	371,674	+ 9.3
May - Mai	215.8	840,268	+ 3.2	359,920	- 5.8
June - Juin	..	920,164	+ 16.4	389,373	- 0.3
July - Juillet
August - Août					
September - Septembre					
October - Octobre					
November - Novembre					
December - Décembre					
Year - Année					

Data Confidentiality

Statistics Canada is prohibited by law from publishing any statistics which would divulge information relating to any identifiable business without the previous consent in writing of that business(4). The disclosure of data likely to reveal specific information on the activity of a particular company is therefore systematically and rigorously controlled and regulated to prevent the publication or disclosure of any information deemed confidential. The rules regarding the confidentiality of parts of the results of merchandising surveys are therefore applied in such a way that no data are shown for cells (or statistical units) composed of fewer than three companies or of three or more if these are dominated by one or two companies. Then, in the publication itself, the information is withheld on this designated cell by entering an "X" in the appropriate boxes.

Another way of preserving data confidentiality without having to enter an "X" is to combine (consolidate) the information from selected regions (or selected cells) for the same item. The data in question can then simply be aggregated and published in a less detailed, but still confidential, form. For example, in many cases the data for the Northwest Territories and the Yukon are included with the British Columbia data.

The rigorous application of these rules preserves the confidentiality of the information and ultimately has little effect on the dissemination of merchandising survey results.

Explanatory Notes

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios(5) are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

(4) See Section 16 of the Statistics Act (Chapter 15), entitled "Secrecy".

(5) See Table 26.

Confidentialité des données

La loi interdit à Statistique Canada de diffuser au grand public des données qui pourraient servir à identifier une entreprise ou certaines de ses caractéristiques, sans avoir obtenu à préalable l'autorisation écrite de cette dernière(4). Ainsi, le dévoilement de données susceptibles de révéler des renseignements précis sur l'activité d'une entreprise particulière est systématiquement contrôlé suivant des dispositions strictes de telle sorte qu'aucun renseignement jugé secret ne soit publié ou divulgué. L'application des règles sur le caractère secret d'une partie des résultats des enquêtes sur le commerce s'établit donc de manière à ce qu'aucune donnée ne soit révélée pour des cellules (ou unités statistiques) composées de moins de trois compagnies, ou encore de trois ou plus lorsque celles-ci sont dominées par une ou deux compagnies. Par la suite l'information concernant ces cellules est dissimulée en inscrivant un X aux différents postes visés dans la publication.

Une autre façon de préserver le caractère confidentiel de l'information sans pour autant avoir à mettre des "X", consiste à grouper (consolider) pour certaines régions (ou certaines cellules) l'information d'un même poste. Il suffit alors d'agréger les données visées et de les présenter sous une forme moins détaillée mais qui respecte la consigne de confidentialité. Par exemple dans bien des cas, les données relatives aux Territoires du Nord-Ouest et du Yukon sont incluses avec celles de la Colombie-Britannique.

Ainsi, par l'application rigoureuse de ces règles, le caractère privé de l'information est préservé et n'affecte que très marginalement, en fin de compte la diffusion des résultats des enquêtes sur le commerce.

Notes explicatives

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication est fondée sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elle tient compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elle ne se limite pas aux magasins qui ont été exploités pendant toutes les périodes en cause.

On obtient les ratios stocks-ventes(5) en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

(4) Voir l'article 16, intitulée Secret, du chapitre 15 de la Loi sur la statistique.

(5) Voir tableau 26.

The sales-stocks ratios(6) are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the January issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks are published yearly in the March issue of this publication. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The number of shopping days that this publication is based on varies from month to month. See Text Table III for the number of shopping days the current publication is based on.

(5) See Table 27.

On obtient les ratios ventes-stocks(6) en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement.

La liste de référence des marchandises, qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de janvier.

Les chiffres révisés des ventes et des stocks des grands magasins sont publiés chaque année dans le numéro de mars du présent bulletin. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Le tableau explicatif III donne le nombre de jours pour la période la plus récente.

(6) Voir tableau 27.

TEXT TABLE III. Number of Shopping Days, by Month, 1982 and 1983

TABLEAU EXPLICATIF III. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1982 et 1983

	1983		1982	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	25	4	25	5
February - Février	24	4	24	4
March - Mars	27	4	27	4
April - Avril	25	5	25	4
May - Mai	25	4	26	5
June - Juin	26	4	26	4
July - Juillet	25	5	26	5
August - Août	26	4	26	4
September - Septembre	25	4	25	4
October - Octobre	25	5	25	5
November - Novembre	26	4	26	4
December - Décembre	26	5	26	3

Chart — 1

Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981 – 1983

Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1981 – 1983

\$ millions

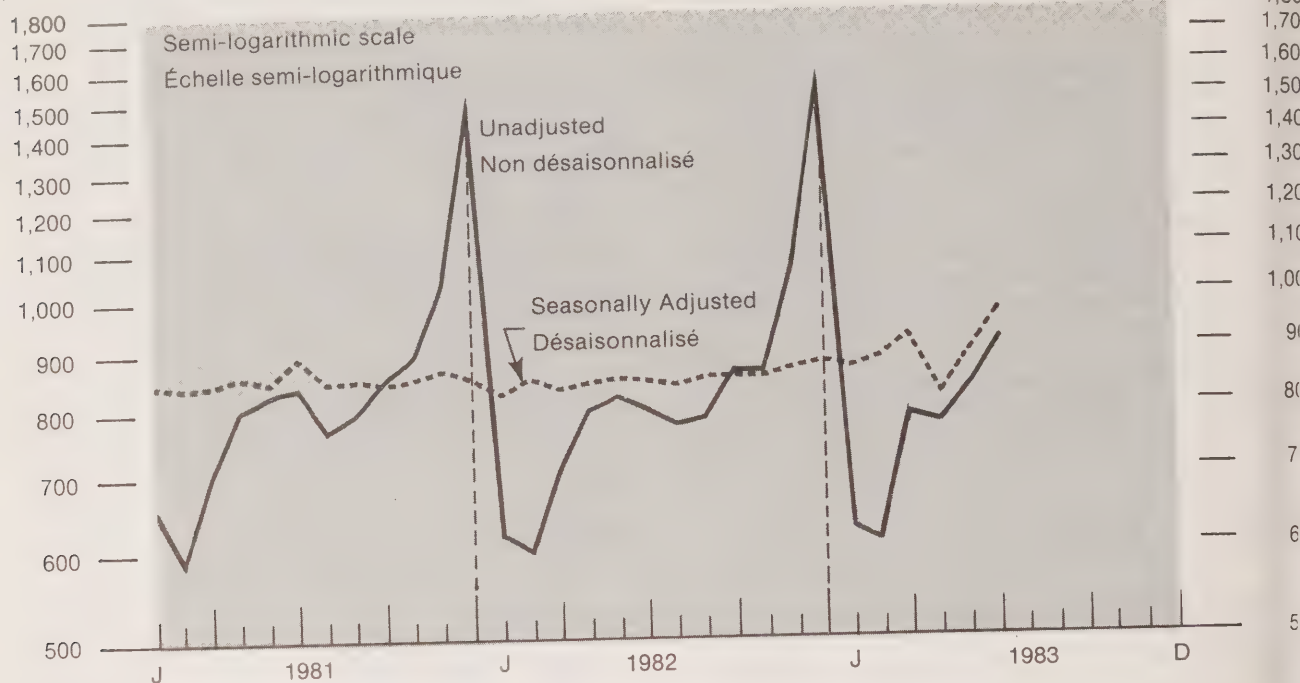


Chart — 2

Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981 – 1983

Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1981 – 1983

\$ billions — \$ milliards

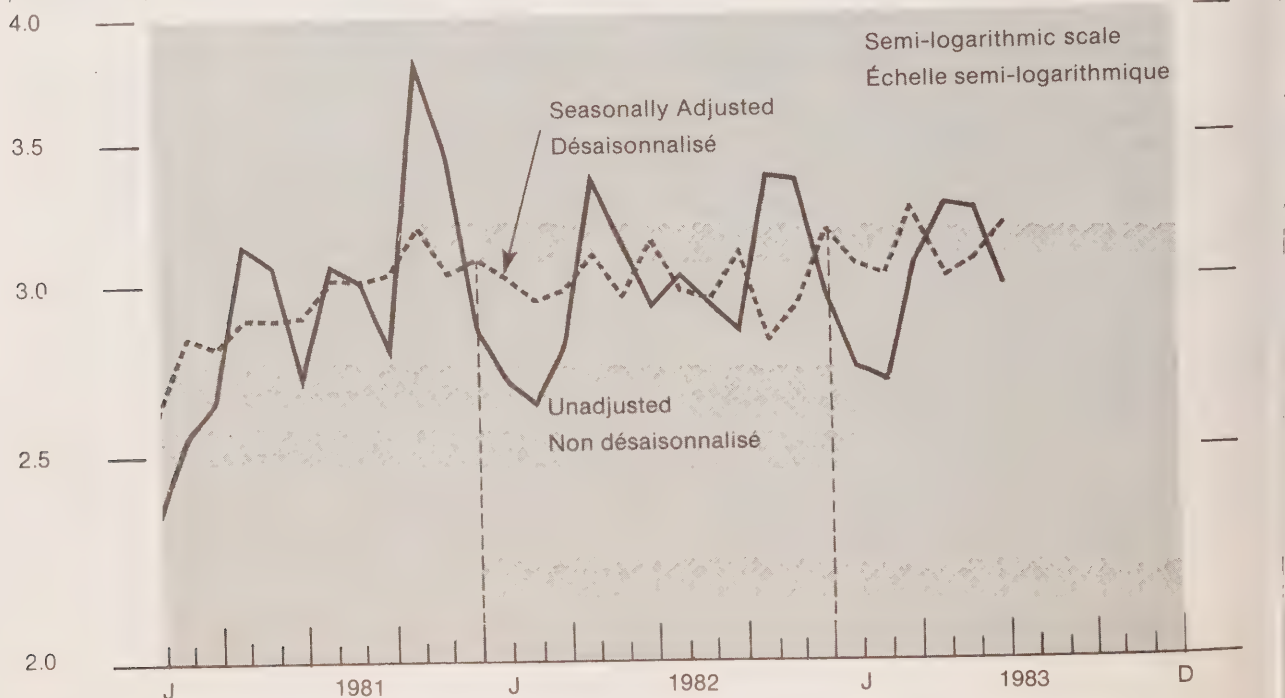


Chart — 3
 Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1981 – 1983
 Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1981 – 1983

Graphique — 3

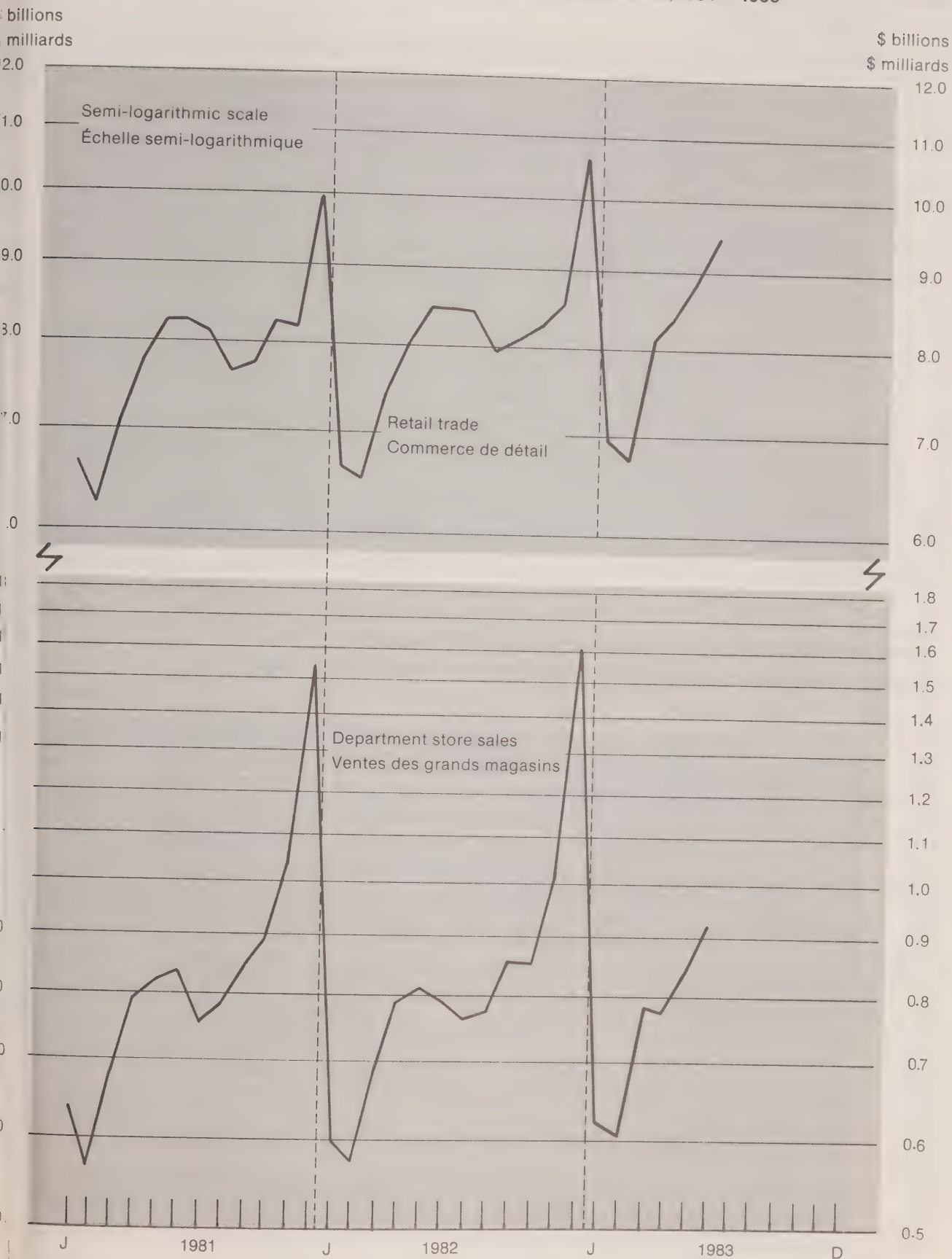
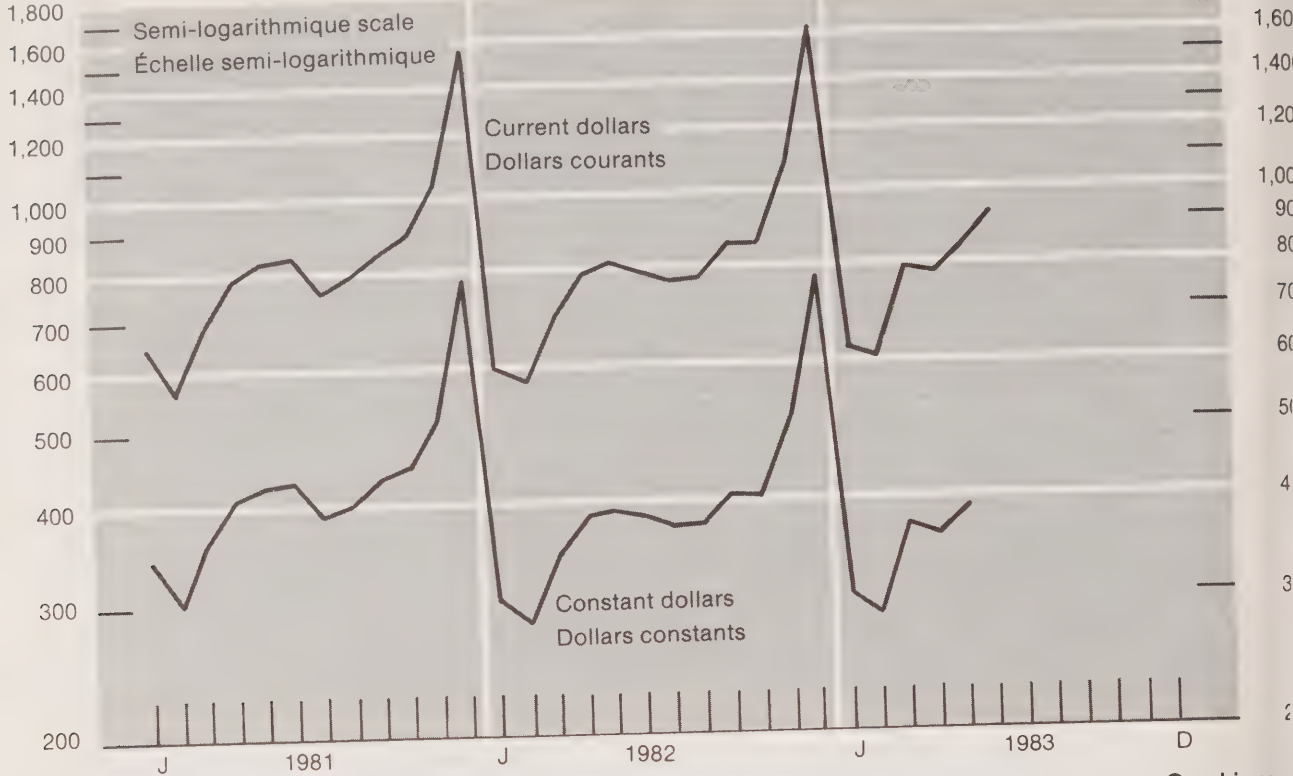


Chart — 4

Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1981 – 1983
Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1981 – 1983

\$ millions



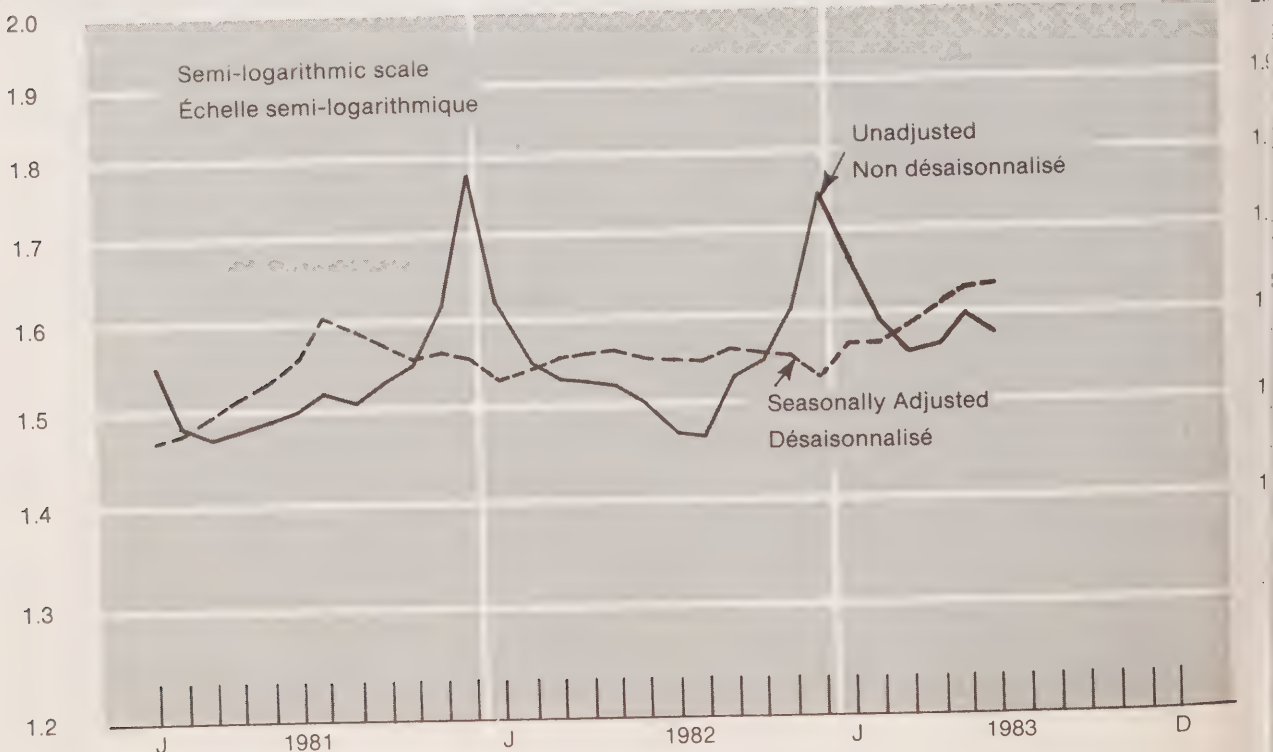
Graphique —

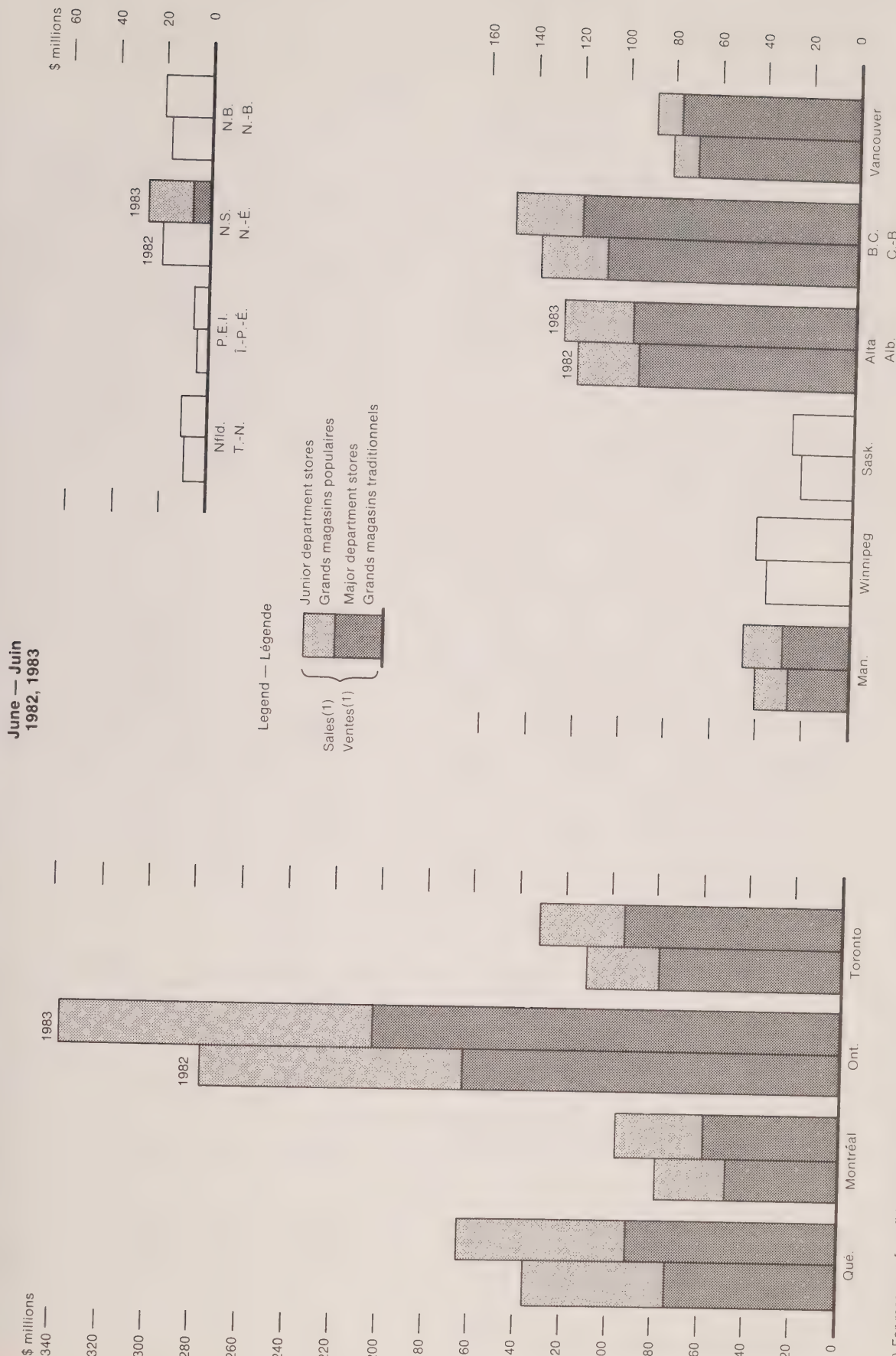
Chart — 5

Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1981 – 1983
Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981 – 1983

\$ milliards - \$ billions

\$ milliards - \$ billions





(1) For reasons of confidentiality, the split between the two groups (Major-Junior) is not shown for some regions.

(1) Pour des raisons de confidentialité, nous ne mentionnons pas pour certaines régions la subdivision en deux groupes (Traditionnels-Populaires).

HIGHLIGHTS

Seasonally adjusted sales

Total department store sales in June 1983, adjusted for seasonal variations and the number of trading days, fueled a continuing advance in the latest retail sales estimates when they increased 10.4% over May 1983 sales to \$976.7 million. On a month to month comparison, the departments recording the highest increases were furs (+ 78.6%), plumbing, heating and building materials (+ 36.2%) and major appliances (+ 29.2%). The largest decreases were reported by china and glassware (- 17.3%), lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings (- 4.4%) and television, radio and music (- 3.4%).

Unadjusted sales

June 1983 department store sales, without seasonal adjustment, jumped 16.4% over the same month a year earlier to \$920.2 million, recording the largest gain since June 1981. Among the 37 departments registering higher sales, the largest increases were reported for major appliances (+ 51.6%), plumbing, heating and building materials (+ 45.5%) and repairs and services (+ 45.1%). On the other hand, the three departments reporting decreased sales were furs (- 15.2%), sporting goods and luggage (- 3.0%) and lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings (- 0.7%).

With the exception of the Yukon and Northwest Territories which showed lower sales (- 3.0%) compared to a year earlier, the remaining provinces reported sales increases ranging from 5.2% in Alberta to 33.9% in Nova Scotia. Of the 10 metropolitan areas covered by the survey, nine reported increases with the largest sales gain posted by Halifax-Dartmouth (+ 41.9%), while Calgary was the only city which reported decreased sales (- 0.2%).

Total sales by major department store organizations went up by 16.0% from the same month a year earlier to \$578.4 million while major department store organizations sales registered an increase of 17.0% to \$341.8 million.

POINTS SAILLANTS

Ventes désaisonnalisées

Les ventes totales des grands magasins en juin 1983, corrigées en fonction des variations saisonnières et du nombre de jours commerciaux, ont alimenté l'accroissement récent du commerce de détail en augmentant de 10.4% par rapport à celles de mai 1983 pour se chiffrer à \$976.7 millions. Sur une base de comparaison mensuelle, se sont les rayons de fourrures (+ 78.6%), de matériel de plomberie, chauffage et construction (+ 36.2%) et d'appareils ménagers (+ 29.2%) qui ont indiqué les hausses les plus fortes. Les baisses de ventes les plus importantes ont été enregistré par les rayons de porcelaine et verrerie (- 17.3%), de lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison (- 4.4%) et de télévision, radio et musique (- 3.4%).

Ventes non-désaisonnalisées

En juin 1983, les ventes des grands magasins ont fait un bond de 16.4% par rapport à celles du mois correspondant l'an passé pour atteindre \$920.2 millions et ainsi connaître leur plus forte augmentation depuis le mois de juin 1981. Des 37 rayons pour lesquels on a constaté des accroissements de ventes, se sont les rayons des appareils ménagers (+ 51.6%), de matériel de plomberie, chauffage et construction (+ 45.5%) et de services et travaux de réparations (+ 45.1%) qui ont rapporté les augmentations les plus marquées. D'autre part, on a enregistré un recul des ventes pour trois rayons, soit les rayons des fourrures (- 15.2%), d'articles de sports et valises (- 3.0%) et de lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison (- 0.7%).

À l'exception du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest pour lesquels on a indiqué une baisse des ventes de l'ordre de 3.0%, toutes les autres provinces ont rapporté des augmentations variant de 5.2% en Alberta à 33.9% en Nouvelle-Écosse. Des 10 régions métropolitaines qui sont couvertes par cette enquête, Halifax-Dartmouth (+ 41.9%) a signalé le gain le plus appréciable tandis que Calgary a été la seule ville à rapporter un recul des ventes de l'ordre de (- 0.2%).

Les ventes par les organisations de grands magasins traditionnels ont totalisé \$578.4 millions, soit un accroissement de 16.0% par rapport à celles du même mois l'année dernière alors que les ventes des organisations de grands magasins populaires se sont quant à elles chiffrées à \$341.8 millions, c'est-à-dire 17.0% de plus que l'année précédente à pareille date.

During the second quarter of 1983, department store organizations as a whole registered retail sales of \$2,535.7 million, 5.9% higher than the same quarter the previous year.

Cumulative unadjusted sales for all 40 departments for the first six months of 1983 reached \$4,550.8 million, up 6.7% over the January to June 1982 period.

In June 1983, there were 798 retail locations operated by department store organizations, four more than in June 1982 and no change compared to May 1983. Of this number, 335 were under major department store organizations and 463 were operated by junior department store organizations.

In relation to retail trade, total department store sales in June 1983 accounted for 9.7% of all retail sales in Canada, an increase over the share of 9.5% registered in June 1982.

Stocks

The selling value of stocks (not seasonally adjusted) in June 1983 registered an increase of 2.4% over the same month a year earlier and totalled \$2,981.4 million. The seasonally adjusted value of stocks increased 4.0% from May to June 1983 to \$3,187.9 million.

Le total des ventes pour le second trimestre de 1983, a été par 5.9% supérieure à celui du trimestre correspondant l'an passé, avec \$2,535.7 millions.

Les ventes cumulatives, non-désaisonnalisées, de tous les 40 rayons pour les six premiers mois de 1983 se sont élevées de 6.7% par rapport à la même période l'an passé pour atteindre \$4,550.8 millions.

On a dénombré 798 points de vente opérés par les organisations de grands magasins en juin 1983, soit quatre de plus qu'en juin 1982 et aucun changement par rapport à mai 1983. De ce nombre, 335 ont été opérés par les organisations de grands magasins traditionnels et 463 l'ont été par les organisations de grands magasins populaires.

Les ventes des grands magasins ont compté pour 9.7% de l'ensemble des ventes au détail au Canada en juin 1983, soit une hausse par rapport à 9.5% enregistré en juin 1982.

Stocks

La valeur marchande (non-désaisonnalisée) des stocks en juin 1983, a augmenté de 2.4% par rapport à celle du mois correspondant l'an dernier pour totaliser \$2,981.4 millions alors que la valeur désaisonnalisée s'est quant à elle accrue de 4.0% de mai à juin 1983 pour se chiffrer à \$3,187.9 millions.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983									
No.	Department	1983						1982	
		January	February	March	April	May	June	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juin	Juillet
		thousands of dollars milliers de dollars							
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	8,000	9,881	13,471	16,112	19,700	19,845	17,781	15,449
2	Women's and misses' coats and suits	10,723	10,458	15,580	14,203	8,559	6,324	5,606	6,852
3	Women's and misses' sportswear	28,150	33,825	46,361	45,564	53,968	56,195	43,753	42,244
4	Furs	4,549	3,129	2,185	888	265	507	598	1,743
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	16,675	16,265	21,393	20,181	20,894	22,096	19,955	20,556
6	Girls' and teenage girls' wear	8,145	10,262	17,871	13,778	14,364	14,684	13,791	13,197
7	Lingerie and women's sleepwear	10,209	11,139	13,859	14,299	16,315	18,332	14,973	15,374
8	Intimate apparel	7,304	6,903	9,839	10,031	10,127	11,519	9,783	9,309
9	Millinery	1,248	1,014	996	1,265	1,068	1,147	899	938
10	Women's and girls' hosiery	8,084	7,388	10,198	10,279	10,275	9,348	8,232	6,874
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	8,462	8,016	11,913	12,530	13,478	13,170	10,828	9,478
12	Women's, misses' and children's footwear	13,164	13,026	21,320	22,975	24,045	25,623	21,959	17,549
13	Men's clothing	20,728	20,022	33,035	30,355	28,958	36,956	34,826	24,911
14	Men's furnishings	22,542	22,525	32,921	31,197	35,442	53,679	41,503	31,427
15	Boys' clothing and furnishings	6,444	6,563	10,928	11,588	11,500	12,330	9,943	8,912
16	Men's and boys' footwear	8,868	9,036	14,514	14,667	15,377	17,997	15,138	11,611
17	Food and kindred products	47,381	58,103	56,030	56,437	57,065	51,993	49,615	50,750
18	Toiletries, cosmetics and drugs	37,336	37,530	44,134	43,159	44,391	45,218	40,376	40,738
19	Photographic equipment and supplies	9,261	8,365	10,481	10,264	11,237	14,196	13,662	13,725
20	Piece goods	3,456	3,554	4,753	4,123	4,364	4,380	4,032	3,587
21	Linens and domestics	28,304	16,064	22,030	22,807	23,457	30,297	24,821	26,568
22	Smallwares and notions	9,028	7,082	7,891	7,292	6,446	6,917	6,492	6,864
23	China and glassware	7,526	8,433	11,208	8,917	12,170	10,081	9,511	10,006
24	Floor coverings	9,403	9,453	13,007	11,602	11,751	12,583	11,545	11,687
25	Draperies, curtains and furniture coverings	10,267	10,307	13,881	14,587	15,618	16,771	15,852	15,151
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6,757	5,517	8,098	7,082	6,813	7,067	7,114	7,631
27	Furniture	38,133	30,277	42,496	36,181	45,869	47,511	39,420	43,651
28	Major appliances	33,665	27,750	36,223	32,836	39,210	53,928	35,561	41,531
29	Television, radio and music	35,142	28,086	37,902	29,958	31,154	32,163	27,431	30,266
30	Housewares and small electrical appliances	25,485	29,189	27,641	30,264	31,637	35,622	30,958	32,521
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	17,735	16,407	21,138	24,991	34,066	32,643	30,697	26,751
32	Plumbing, heating and building materials	7,215	7,741	8,596	10,769	12,333	15,973	10,981	11,711
33	Jewellery	9,595	11,087	15,406	15,614	17,180	18,072	17,438	16,651
34	Toys and games	8,046	9,298	13,446	14,515	14,056	15,753	12,317	13,441
35	Sporting goods and luggage	18,064	14,512	20,091	24,452	29,577	35,179	36,284	31,711
36	Stationery, books and magazines	19,259	19,368	24,920	22,491	22,491	25,105	20,582	19,911
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	12,734	11,080	15,085	16,239	18,953	20,334	18,018	18,411
38	Meals and lunches	18,021	16,954	20,384	19,454	19,412	21,151	19,656	19,611
39	Repairs and services	7,763	8,193	10,091	9,431	9,417	10,331	7,121	6,411
40	All other departments	20,555	20,302	26,262	31,891	37,266	37,144	31,801	27,511
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	623,426	604,104	787,578	775,268	840,268	920,164	790,853	763,511

TABEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1982							Rayon	N°
Change - Variation								
August	September	October	November	December	June/ May 1983	June 1983/1982		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juin/ mai 1983	Juin 1983/1982		
Thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
14,718	16,227	15,276	18,151	23,253	+ 0.7	+ 11.6	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
16,926	17,648	23,113	25,071	22,116	- 26.1	+ 12.8	formes pour dames et jeunes filles	2
43,798	57,256	44,244	51,645	69,090	+ 4.1	+ 28.4	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	3
1,743	2,674	4,132	5,917	6,303	+ 91.3	- 15.2	filles	4
25,308	24,475	25,038	27,165	37,027	+ 5.8	+ 10.7	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	5
							Fourrures	
							Vêtements pour bébés et enfants et articles	
							de chambres d'enfants	
22,913	18,303	14,990	19,628	26,576	+ 2.2	+ 6.5	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
13,058	16,874	16,919	25,027	45,884	+ 12.4	+ 22.4	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
9,336	10,658	8,922	10,595	14,406	+ 13.7	+ 17.7	Sous-vêtements	8
978	1,584	2,193	3,504	4,528	+ 7.4	+ 27.6	Chapeaux	9
8,178	12,646	11,810	13,049	18,176	- 9.0	+ 13.6	Bas pour dames et fillettes	10
10,543	15,644	15,526	22,465	36,331	- 2.3	+ 21.6	Gants, moufles et articles de parure pour	11
22,023	28,574	26,119	31,052	30,873	+ 6.6	+ 16.7	dames et fillettes	12
27,987	38,629	36,168	50,614	66,262	+ 27.6	+ 6.1	Chaussures pour dames, jeunes filles et	13
32,121	39,796	37,995	57,827	110,234	+ 51.5	+ 29.3	enfants	14
17,856	11,931	11,555	14,678	24,023	+ 7.2	+ 24.0	Vêtements pour hommes	15
							Articles d'habillement pour hommes	
							Vêtements et articles d'habillement pour	
							garçons	
13,385	17,166	15,228	20,556	24,274	+ 17.0	+ 18.9	Chaussures pour hommes et garçons	16
16,782	49,303	54,758	67,523	81,194	- 8.9	+ 4.8	Produits alimentaires et connexes	17
10,400	41,750	45,954	56,485	110,167	+ 1.9	+ 12.0	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
							caments	
3,203	12,750	12,113	15,643	32,585	+ 26.3	+ 3.9	Appareils et fournitures photographiques	19
4,435	5,491	5,524	5,561	4,666	- 0.4	+ 8.6	Tissus à la pièce	20
4,417	28,310	25,651	27,882	43,982	+ 29.2	+ 22.1	Literie et linge de maison	21
7,498	10,608	9,814	10,960	12,620	+ 7.3	+ 6.5	Menus articles	22
9,216	12,425	10,762	16,440	35,009	- 17.2	+ 6.0	Porcelaine et verrerie	23
0,399	11,558	13,841	14,117	11,645	+ 7.1	+ 9.0	Revêtements de plancher	24
3,148	13,458	14,406	16,323	18,340	+ 7.4	+ 5.8	Tentures, rideaux et housses	25
1,202	8,516	8,908	12,727	21,127	+ 3.7	- 0.7	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
							d'ameublement pour la maison	
1,421	38,375	39,213	40,459	42,085	+ 3.6	+ 20.5	Meubles	27
1,335	38,400	40,446	42,784	43,480	+ 37.5	+ 51.6	Gros appareils ménagers	28
1,750	42,890	37,668	50,778	80,007	+ 3.2	+ 17.3	Télévision, radio et musique	29
1,419	31,966	35,420	43,025	79,674	+ 12.6	+ 15.1	Articles de ménage et petits appareils élec-	30
							triques	
1,921	23,160	27,832	25,786	35,503	- 4.2	+ 6.3	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
1,851	9,471	10,139	10,333	12,214	+ 29.5	+ 45.5	etc.	32
1,875	21,379	17,987	27,977	65,752	+ 5.2	+ 3.6	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	33
1,188	12,368	20,835	44,461	80,677	+ 12.1	+ 27.9	truction	34
1,750	23,490	20,627	27,706	50,879	+ 18.9	- 3.0	Bijouterie	35
							Jouets et jeux	
							Articles de sport et valises	
1,685	27,369	22,381	32,892	68,147	+ 11.6	+ 22.0	Papeterie, livres et revues	36
1,974	15,262	19,495	22,207	22,701	+ 7.3	+ 12.9	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
							réparation et fournitures	
1,627	19,986	20,067	23,939	32,413	+ 9.0	+ 7.6	Repas et casse-croûtes	38
1,789	7,409	8,984	11,908	13,405	+ 9.7	+ 45.1	Services et travaux de réparation	39
2,571	25,400	27,134	28,698	50,850	- 0.3	+ 16.8	Tous autres rayons	40
77,727	861,179	859,187	1,073,558	1,608,478	+ 9.5	+ 16.4	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

TABLE 2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983(1)

TABLE 2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Category, and Month								1982
No.	Department	1983						June
		January	February	March	April	May ^F	June ^P	
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai ^F	Juin ^P	
		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	14,131	15,198	15,564	14,465	15,341	17,906	15,694
2	Women's and misses' coats and suits	14,489	14,848	15,034	14,564	15,895	16,026	13,743
3	Women's and misses' sportswear	47,558	52,614	52,261	44,450	49,066	58,336	45,011
4	Furs	2,844	2,872	2,827	3,273	1,503	2,685	3,010
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	24,337	23,921	24,655	19,822	22,654	25,132	22,627
6	Girls' and teenage girls' wear	16,326	16,585	19,204	13,892	15,509	16,847	15,919
7	Lingerie and women's sleepwear	18,785	18,558	18,861	16,727	17,875	20,619	17,147
8	Intimate apparel	9,707	9,798	10,348	9,423	9,700	10,482	8,846
9	Millinery	1,690	1,781	1,711	1,708	1,733	1,995	1,515
10	Women's and girls' hosiery	10,141	10,280	10,967	9,802	10,764	11,056	9,724
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	14,824	14,328	15,459	14,300	15,167	16,477	13,435
12	Women's, misses' and children's footwear	22,540	23,396	23,283	20,850	22,541	27,111	22,663
13	Men's clothing	33,241	33,802	36,438	33,089	33,197	37,637	35,428
14	Men's furnishings	39,818	41,650	47,138	39,840	44,067	51,333	39,941
15	Boys' clothing and furnishings	12,164	12,228	13,496	11,427	12,983	14,770	12,111
16	Men's and boys' footwear	14,571	15,047	17,403	13,446	15,292	17,282	14,706
17	Food and kindred products	57,024	58,483	61,248	54,986	57,007	58,080	56,581
18	Toiletries, cosmetics and drugs	49,914	49,928	51,807	47,513	50,155	51,343	45,923
19	Photographic equipment and supplies	13,569	14,115	14,264	12,725	13,854	13,695	13,653
20	Piece goods	4,179	4,147	4,287	3,900	4,320	5,004	4,443
21	Linens and domestics	27,485	26,588	28,042	27,397	26,984	30,774	25,881
22	Smallwares and notions	8,512	8,369	8,603	8,081	8,572	9,010	8,481
23	China and glassware	11,784	13,897	14,421	11,345	13,992	11,569	11,511
24	Floor coverings	11,671	11,499	12,990	11,597	11,736	12,639	11,781
25	Draperies, curtains and furniture coverings	13,934	15,198	14,479	13,859	15,062	15,296	14,571
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	9,074	8,578	9,710	8,821	8,752	8,363	8,731
27	Furniture	38,614	39,805	44,010	38,757	42,345	44,374	37,941
28	Major appliances	36,204	38,211	39,775	36,136	40,131	51,869	34,591
29	Television, radio and music	39,857	40,522	43,772	38,215	42,284	40,842	36,101
30	Housewares and small electrical appliances	37,366	39,460	37,807	34,823	34,413	38,829	34,561
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	24,529	24,300	26,413	23,749	27,900	27,977	26,413
32	Plumbing, heating and building materials	10,650	11,064	10,034	9,831	10,105	13,764	9,211
33	Jewellery	21,132	21,124	21,294	20,167	20,542	20,637	20,411
34	Toys and games	23,283	24,034	27,430	21,371	24,208	26,476	21,311
35	Sporting goods and luggage	25,288	25,712	27,677	24,725	25,183	27,674	29,211
36	Stationery, books and magazines	26,292	27,449	33,459	28,557	29,170	30,084	25,411
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	17,265	16,269	17,028	16,714	18,423	19,914	17,111
38	Meals and lunches	21,168	20,986	20,920	20,539	20,944	21,875	20,111
39	Repairs and services	9,267	10,150	10,372	9,692	9,714	10,986	7,111
40	All other departments	29,940	29,600	31,013	29,065	28,760	33,253	28,111
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	865,148	884,731	928,419	821,620	884,672	976,716	842,111

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1982 et 1983(1)

1982							Rayon	N°
July	August	September	October	November	December	June/ May 1983		
Changé - Variation								
July	August	September	October	November	December	June/ May 1983		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juin/ mai 1983		
Thousands of dollars								
milliers de dollars						per cent		
						pourcentage		
15,672	16,056	16,052	16,124	16,607	16,309	+ 16.7	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
14,357	15,366	13,751	13,959	16,531	14,111	+ 0.8	formes pour dames et jeunes filles	7
45,983	45,511	45,353	43,322	44,475	46,435	+ 18.9	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
3,353	2,168	2,799	3,154	3,153	2,661	+ 78.6	filles	3
22,438	24,183	22,348	22,610	23,068	23,259	+ 10.9	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
							Fourrures	4
							Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
							de chambres d'enfants	
16,078	16,230	15,796	15,473	16,227	16,721	+ 8.6	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
16,764	17,861	18,020	18,209	17,777	17,801	+ 15.4	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
9,248	9,710	10,096	9,921	10,509	10,161	+ 8.1	Sous-vêtements	8
1,572	1,642	1,679	1,583	1,701	1,725	+ 15.1	Chapeaux	9
9,639	10,173	10,759	10,474	11,128	10,704	+ 2.7	Bas pour dames et fillettes	10
13,671	14,111	14,434	14,700	14,907	14,783	+ 8.6	Gants, moufles et articles de parure pour	11
22,466	22,482	22,750	21,738	24,598	22,882	+ 20.3	dames et fillettes	
34,600	34,026	35,024	32,912	35,017	34,576	+ 13.4	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
40,400	43,527	42,108	39,928	38,775	40,957	+ 16.5	enfants	
11,461	12,779	11,307	11,513	12,135	12,112	+ 13.8	Vêtements pour hommes	13
							Articles d'habillement pour hommes	14
							Vêtements et articles d'habillement pour	15
							garçons	
14,004	14,755	14,816	13,784	16,922	15,159	+ 13.0	Chaussures pour hommes et garçons	16
56,575	56,996	56,332	57,463	57,045	57,362	+ 1.9	Produits alimentaires et connexes	17
46,194	47,292	47,168	48,609	48,701	49,362	+ 2.4	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
13,391	13,565	13,681	13,657	13,591	13,602	- 1.1	caments	
4,653	4,759	4,727	4,623	4,591	4,857	+ 15.8	Appareils et fournitures photographiques	19
							Tissus à la pièce	20
24,062	25,317	25,279	25,598	25,924	26,751	+ 14.0	Literie et linge de maison	21
8,158	8,777	8,826	8,576	9,095	8,491	+ 5.1	Menus articles	22
12,127	12,489	12,647	12,778	12,014	12,561	- 17.3	Porcelaine et verrerie	23
11,468	11,346	11,317	11,843	11,501	11,196	+ 7.7	Revêtements de plancher	24
13,483	13,892	13,124	13,611	14,402	15,668	+ 1.6	Tentures, rideaux et housses	25
8,652	8,725	8,681	9,122	9,163	9,294	- 4.4	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
36,196	36,988	36,888	39,663	38,800	40,930	+ 4.8	d'ameublement pour la maison	
33,929	33,432	35,526	37,364	42,064	38,009	+ 29.2	Meubles	27
35,350	35,610	38,222	36,677	38,252	38,184	- 3.4	Gros appareils ménagers	28
3,461	34,623	34,655	38,121	34,963	35,896	+ 12.8	Télévision, radio et musique	29
							Articles de ménage et petits appareils élec-	30
							triques	
5,849	25,912	24,870	25,741	25,158	25,164	+ 0.3	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
0,277	9,522	9,627	9,142	10,180	12,085	+ 36.2	etc.	
2,012	21,288	21,284	21,690	20,174	21,202	+ 0.5	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
3,429	20,770	20,576	20,847	18,941	21,254	+ 9.4	truction	
3,051	27,951	27,915	26,240	25,905	26,233	+ 9.9	Bijouterie	33
							Jouets et jeux	34
							Articles de sport et valises	35
5,754	26,301	25,600	25,839	26,065	28,149	+ 3.1	Papeterie, livres et revues	36
1,129	17,223	17,084	16,541	17,430	16,424	+ 8.1	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
1,115	20,336	20,707	19,945	21,236	22,091	+ 4.4	réparation et fournitures	
1,078	7,666	7,745	8,301	8,564	10,128	+ 13.1	Repas et casse-croûtes	38
1,490	28,849	29,837	30,129	29,896	30,492	+ 15.6	Services et travaux de réparation	39
							Tous autres rayons	40
8,862	850,107	850,465	850,418	865,697	876,476	+ 10.4	TOTAL, TOUS RAYONS	41

Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983

Province	1983						1982	
	January	February	March	April	May	June	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juin	Juillet
	thousands of dollars - milliers de dollars							
No.								
1 Newfoundland	5,973	6,167	9,133	8,381	10,086	10,965	9,668	9,400
2 Prince Edward Island	4,088	3,308	4,039	4,575	4,841	6,087	4,797	6,000
3 Nova Scotia	15,152	14,552	21,368	20,965	24,109	27,180	20,303	19,900
4 New Brunswick	11,285	11,429	15,670	16,565	18,527	20,380	17,440	16,800
5 Quebec	113,689	105,666	137,559	141,986	159,981	165,359	135,940	134,600
6 Ontario	220,389	209,538	273,189	276,641	298,118	337,849	277,394	268,600
7 Manitoba	30,338	30,908	43,142	41,974	42,817	46,237	40,902	41,200
8 Saskatchewan	18,851	18,137	25,262	24,875	24,929	26,867	22,476	22,500
9 Alberta	92,346	92,023	117,900	110,899	117,794	127,481	121,211	111,000
10 British Columbia	109,447	110,510	137,672	126,114	136,788	148,635	137,502	130,000
11 Yukon and Northwest Territories	1,868	1,866	2,645	2,293	2,279	3,125	3,220	2,000
12 CANADA	623,426	604,104	787,578	775,268	840,268	920,164	790,853	763,000

TABLE 4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983						1982	
	January	February	March	April	May	June	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juin	Juillet
	thousands of dollars - milliers de dollars							
No.								
1 Calgary	35,506	35,568	45,673	42,727	45,841	48,022	48,110	44,000
2 Edmonton	42,323	41,986	53,130	49,747	53,833	57,902	54,215	49,000
3 Halifax-Dartmouth	8,865	8,301	12,425	12,190	12,990	14,192	10,004	9,000
4 Hamilton	16,494	15,417	20,012	20,178	21,246	23,724	20,499	19,000
5 Montreal	69,878	64,081	81,508	85,084	93,559	97,104	79,362	78,000
6 Ottawa-Hull	27,571	24,135	34,541	32,815	37,530	40,591	32,654	31,000
7 Quebec City	15,486	13,658	19,417	20,538	23,196	23,301	19,196	18,000
8 Toronto	91,876	86,317	110,184	112,661	115,270	131,752	110,588	108,000
9 Vancouver	66,859	67,579	82,773	74,498	80,530	88,441	80,841	71,000
10 Winnipeg	27,586	28,058	39,236	38,113	38,730	41,639	36,918	30,000

TABLEAU 3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1982 et 1983

1982					Change - Variation			
August	September	October	November	December	June/ May 1983	June 1983/1982	Province	
août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juin/ mai 1983	Juin 1983/1982		
Thousands of dollars - milliers de dollars								Nº
10,021	9,903	11,067	13,775	19,875	+ 8.7	+ 13.4	Terre-Neuve	1
5,098	5,230	5,087	6,019	9,477	+ 25.7	+ 26.9	Île-du-Prince-Édouard	2
1,808	22,345	23,885	32,319	51,652	+ 12.7	+ 33.9	Nouvelle-Écosse	3
6,964	17,601	19,217	25,692	36,671	+ 10.0	+ 16.9	Nouveau-Brunswick	4
2,459	148,921	154,748	178,929	280,436	+ 3.4	+ 21.6	Québec	5
2,438	305,940	302,675	387,576	598,421	+ 13.3	+ 21.8	Ontario	6
10,344	46,588	44,257	57,953	80,873	+ 8.0	+ 13.0	Manitoba	7
2,792	25,635	25,662	34,468	47,067	+ 7.8	+ 19.5	Saskatchewan	8
4,077	125,582	127,275	158,132	218,739	+ 8.2	+ 5.2	Alberta	9
5,885	150,477	142,202	175,741	260,278	+ 8.7	+ 8.1	Colombie-Britannique	10
2,841	2,958	3,112	2,954	4,990	+ 37.1	- 3.0	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
16,727	861,179	859,187	1,073,558	1,608,478	+ 9.5	+ 16.4	CANADA	12

TABLEAU 4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1982					Change - Variation			
August	September	October	November	December	June/ May 1983	June 1983/1982	Certaines zones métropolitaines	
août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juin/ mai 1983	Juin 1983/1982		
Thousands of dollars - milliers de dollars								
4,635	49,280	49,690	61,436	84,142	+ 4.8	- 0.2	Calgary	1
5,992	57,361	57,129	70,906	97,287	+ 7.6	+ 6.8	Edmonton	2
1,970	12,820	13,419	17,887	27,088	+ 9.3	+ 41.9	Halifax-Dartmouth	3
1,183	22,582	22,156	28,415	46,239	+ 11.7	+ 15.7	Hamilton	4
8,891	91,718	93,741	108,605	171,021	+ 3.8	+ 22.4	Montréal	5
3,122	37,009	37,657	44,801	66,060	+ 8.2	+ 24.3	Ottawa-Hull	6
1,805	20,783	21,461	25,300	36,127	+ 0.5	+ 21.4	Ville de Québec	7
10,575	126,985	121,498	156,241	242,771	+ 14.3	+ 19.1	Toronto	8
7,222	91,441	85,071	105,425	156,081	+ 9.8	+ 9.4	Vancouver	9
3,432	42,384	40,028	52,572	72,593	+ 7.5	+ 12.8	Winnipeg	10

TABLE 5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983

Province	1983						1982	
	January	February	March	April	May	June	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juin	Juillet
	thousands of dollars - milliers de dollars							
No.								
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	5,561	5,025	6,674	6,827	7,465	7,919	x	x
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	63,028	59,932	78,757	80,468	89,932	91,110	74,079	73,714
6 Ontario	139,304	130,111	168,840	171,235	177,566	203,562	164,104	159,248
7 Manitoba	20,927	21,103	30,050	27,495	26,790	29,192	26,205	26,399
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	74,681	72,922	92,836	84,401	87,977	97,331	94,099	84,406
10 British Columbia	91,080	91,592	112,768	100,349	108,532	119,978	109,360	103,259
11 Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	x	x	x
12 CANADA	416,073	400,107	517,527	496,451	524,432	578,356	498,681	477,590

TABLE 6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983						1982	
	January	February	March	April	May	June	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juin	Juillet
	thousands of dollars - milliers de dollars							
No.								
1 Calgary	29,040	28,473	36,678	33,109	35,260	37,388	37,456	33,647
2 Edmonton	35,144	34,295	42,699	38,811	40,806	45,023	43,381	39,048
3 Halifax-Dartmouth	5,252	4,637	7,050	6,827	6,995	7,338	x	x
4 Hamilton	12,516	11,640	15,106	15,457	16,073	18,812	15,139	14,840
5 Montreal	42,362	41,194	52,817	54,533	59,173	59,345	48,659	48,940
6 Ottawa-Hull	18,458	15,667	23,189	21,054	24,192	25,994	21,006	20,560
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x	x	x
8 Toronto	69,002	64,180	81,651	83,485	82,502	94,657	79,194	76,450
9 Vancouver	59,276	60,052	73,075	64,338	69,450	77,713	69,984	66,090
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983

1982		Change - Variation					Province	No
August	September	October	November	December	June/ May 1983	June 1983/1982		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juin/ mai 1983	Juin 1983/1982		
Thousands of dollars - milliers de dollars								
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
x	x	x	x	x	+ 6.1	x	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
76,393	88,670	90,851	106,753	156,587	+ 1.3	+ 23.0	Québec	5
59,603	196,786	189,082	245,792	355,233	+ 14.6	+ 24.0	Ontario	6
25,890	33,309	29,310	39,694	52,740	+ 9.0	+ 11.4	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
6,868	100,475	99,298	124,170	168,176	+ 10.6	+ 3.4	Alberta	9
1,750	125,810	115,913	143,087	207,619	+ 10.5	+ 9.7	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
0,433	583,300	562,793	708,645	1,009,764	+ 10.3	+ 16.0	CANADA	12

TABLEAU 6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

[illegible]

TABLE 7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983

Province	1983						1982	
	January	February	March	April	May	June	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juin	Juillet
	thousands of dollars - milliers de dollars							
No.								
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	9,591	9,527	14,694	14,138	16,644	19,260	x	x
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	50,662	45,734	58,802	61,518	70,049	74,248	61,861	60,981
6 Ontario	81,085	79,427	104,349	105,406	120,552	134,287	113,290	109,356
7 Manitoba	9,411	9,805	13,092	14,479	16,027	17,045	14,697	14,891
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	17,665	19,101	25,064	26,498	29,817	30,151	27,112	26,661
10 British Columbia	18,367	18,918	24,904	25,765	28,256	28,657	28,142	26,881
11 Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	x	x	x
12 CANADA	207,353	203,997	270,051	278,817	315,835	341,809	292,172	286,351

TABLE 8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983						1982	
	January	February	March	April	May	June	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juin	Juillet
	thousands of dollars - milliers de dollars							
No.								
1 Calgary	6,466	7,095	8,995	9,617	10,581	10,633	10,654	10,671
2 Edmonton	7,179	7,691	10,431	10,936	13,027	12,879	10,834	10,481
3 Halifax-Dartmouth	3,613	3,664	5,375	5,364	5,995	6,854	x	x
4 Hamilton	3,978	3,778	4,906	4,721	5,173	4,912	5,360	5,021
5 Montreal	27,516	22,887	28,691	30,551	34,386	37,759	30,704	29,781
6 Ottawa-Hull	9,114	8,467	11,352	11,762	13,338	14,596	11,648	10,411
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x	x	x
8 Toronto	22,873	22,137	28,533	29,176	32,768	37,095	31,394	30,011
9 Vancouver	7,583	7,527	9,698	10,160	11,080	10,728	10,857	10,211
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983

1982		Change - Variation						
August	September	October	November	December	June/ May 1983	June 1983/1982	Province	
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juin/ mai 1983	Juin 1983/1982		
thousands of dollars - milliers de dollars								Nº
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
x	x	x	x	x	+ 15.7	x	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
66,067	60,251	63,898	72,177	123,849	+ 6.0	+ 20.0	Québec	5
112,836	109,154	113,593	141,783	243,188	+ 11.4	+ 18.5	Ontario	6
14,454	13,280	14,947	18,260	28,133	+ 6.4	+ 16.0	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
27,209	25,107	27,977	33,962	50,563	+ 1.1	+ 11.2	Alberta	9
25,135	24,666	26,289	32,654	52,659	+ 1.4	+ 1.8	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
295,295	277,880	296,393	364,914	598,714	+ 8.2	+ 17.0	CANADA	12

TABLEAU 8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

[illegible]

TABLE 9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983

		1983						1982
Province	January	February	March	April	May	June	June	
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juin	
No.	number - nombre							
1 Newfoundland	14	14	14	14	14	14	14	
2 Prince Edward Island	7	7	7	7	7	7	7	
3 Nova Scotia	32	32	31	31	32	32	30	
4 New Brunswick	25	24	25	25	25	25	26	
5 Quebec	164	161	161	161	161	161	164	
6 Ontario	301	299	300	300	300	300	297	
7 Manitoba	38	38	38	38	38	38	38	
8 Saskatchewan	29	29	30	30	30	30	28	
9 Alberta	84	84	83	83	84	84	82	
10 British Columbia	102	101	101	101	101	101	101	
11 Yukon and Northwest Territories	7	6	6	6	6	6	7	
12 CANADA	803	795	796	796	798	798	794	

TABLE 10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

TABLE 100 - TABLE 100								
		1983						1982
Selected metropolitan areas		January	February	March	April	May	June	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Jui
No.		number - nombre						
1	Calgary	27	27	27	27	27	27	27
2	Edmonton	32	32	31	31	32	32	31
3	Halifax-Dartmouth	13	13	13	13	13	13	11
4	Hamilton	24	23	23	23	23	23	24
5	Montreal	80	79	79	79	79	79	80
6	Ottawa-Hull	32	31	32	32	32	32	31
7	Quebec City	19	19	19	19	19	19	17
8	Toronto	88	88	88	88	88	88	89
9	Vancouver	42	41	41	41	41	41	41
10	Winnipeg	30	30	30	30	30	30	30

TABLEAU 9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1982 et 1983

1982							
July	August	September	October	November	December	Province	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							No
14	14	14	14	14	14	Terre-Neuve	1
7	7	7	7	7	7	Île-du-Prince-Édouard	2
30	31	32	32	32	32	Nouvelle-Écosse	3
26	25	25	25	25	25	Nouveau-Brunswick	4
164	162	162	163	164	164	Québec	5
296	299	299	300	301	301	Ontario	6
38	38	38	38	38	38	Manitoba	7
28	28	28	29	29	29	Saskatchewan	8
82	83	83	84	84	84	Alberta	9
101	101	101	101	102	102	Colombie-Britannique	10
7	7	7	7	7	7	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
793	795	796	800	803	803	CANADA	12

TABLEAU 10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1982							
July	August	September	October	November	December	Certaines zones métropolitaines	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
Number - nombre						No	
7	27	27	27	27	27	Calgary	1
1	32	32	32	32	32	Edmonton	2
1	12	13	13	13	13	Halifax-Dartmouth	3
4	24	24	24	24	24	Hamilton	4
0	79	79	80	80	80	Montréal	5
	32	32	32	32	32	Ottawa-Hull	6
	17	18	18	19	19	Ville de Québec	7
	87	87	88	88	88	Toronto	8
	41	41	41	42	42	Vancouver	9
	30	30	30	30	30	Winnipeg	10

TABLE 11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983

		1983						1982
Province	January	February	March	April	May	June	June	
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juin	
No.	number - nombre							
1 Newfoundland	8	8	8	8	8	8	8	
2 Prince Edward Island	3	3	3	3	3	3	3	
3 Nova Scotia	6	6	5	5	6	6	5	
4 New Brunswick	5	4	4	4	4	4	6	
5 Quebec	58	55	54	54	54	54	58	
6 Ontario	113	111	112	112	112	112	112	
7 Manitoba	18	18	18	18	18	18	18	
8 Saskatchewan	15	15	15	15	15	15	15	
9 Alberta	51	51	50	50	50	50	51	
10 British Columbia	60	60	60	60	60	60	60	
11 Yukon and Northwest Territories	6	5	5	5	5	5	6	
12 CANADA	343	336	334	334	335	335	342	

TABLE 12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

		1983						1982
No.	Selected metropolitan areas							
		January	February	March	April	May	June	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Jui
		number - nombre						
1	Calgary	15	15	15	15	15	15	15
2	Edmonton	19	19	18	18	18	18	19
3	Halifax-Dartmouth	5	5	5	5	5	5	4
4	Hamilton	15	14	14	14	14	14	15
5	Montreal	31	30	29	29	29	29	32
6	Ottawa-Hull	13	12	13	13	13	13	13
7	Quebec City	7	7	7	7	7	7	6
8	Toronto	40	40	40	40	40	40	42
9	Vancouver	26	26	26	26	26	26	26
10	Winnipeg	13	13	13	13	13	13	13

TABLEAU 11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983

1982							
July	August	September	October	November	December	Province	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							Nº
8	8	8	8	8	8	Terre-Neuve	1
3	3	3	3	3	3	Île-du-Prince-Édouard	2
5	5	6	6	6	6	Nouvelle-Écosse	3
6	5	5	5	5	5	Nouveau-Brunswick	4
58	57	58	58	58	58	Québec	5
111	112	112	113	113	113	Ontario	6
18	18	18	18	18	18	Manitoba	7
15	15	15	15	15	15	Saskatchewan	8
51	51	51	51	51	51	Alberta	9
60	60	60	60	60	60	Colombie-Britannique	10
6	6	6	6	6	6	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
341	340	342	343	343	343	CANADA	12

TABLEAU 12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1982							
July	August	September	October	November	December	Certaines zones métropolitaines	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
Number - nombre							
	15	15	15	15	15	Calgary	1
	19	19	19	19	19	Edmonton	2
	4	5	5	5	5	Halifax-Dartmouth	3
	15	15	15	15	15	Hamilton	4
	31	31	31	31	31	Montréal	5
	13	13	13	13	13	Ottawa-Hull	6
	6	7	7	7	7	Ville de Québec	7
	40	40	40	40	40	Toronto	8
	26	26	26	26	26	Vancouver	9
	13	13	13	13	13	Winnipeg	10

TABLE 13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983

Province	1983						1982
	January	February	March	April	May	June	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juin
No.	number - nombre						
1 Newfoundland	6	6	6	6	6	6	6
2 Prince Edward Island	4	4	4	4	4	4	4
3 Nova Scotia	26	26	26	26	26	26	25
4 New Brunswick	20	20	21	21	21	21	20
5 Quebec	106	106	107	107	107	107	106
6 Ontario	188	188	188	188	188	188	185
7 Manitoba	20	20	20	20	20	20	20
8 Saskatchewan	14	14	15	15	15	15	13
9 Alberta	33	33	33	33	34	34	31
10 British Columbia	42	41	41	41	41	41	41
11 Yukon and Northwest Territories	1	1	1	1	1	1	1
12 CANADA	460	459	462	462	463	463	452

TABLE 14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983						1982
	January	February	March	April	May	June	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juin
No.	number - nombre						
1 Calgary	12	12	12	12	12	12	12
2 Edmonton	13	13	13	13	14	14	12
3 Halifax-Dartmouth	8	8	8	8	8	8	7
4 Hamilton	9	9	9	9	9	9	9
5 Montreal	49	49	50	50	50	50	48
6 Ottawa-Hull	19	19	19	19	19	19	18
7 Quebec City	12	12	12	12	12	12	11
8 Toronto	48	48	48	48	48	48	47
9 Vancouver	16	15	15	15	15	15	14
10 Winnipeg	17	17	17	17	17	17	16

TABLEAU 13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983

1982							
July	August	September	October	November	December	Province	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							N ^o
6	6	6	6	6	6	Terre-Neuve	1
4	4	4	4	4	4	Île-du-Prince-Édouard	2
25	26	26	26	26	26	Nouvelle-Écosse	3
20	20	20	20	20	20	Nouveau-Brunswick	4
106	105	104	105	106	106	Québec	5
185	187	187	187	188	188	Ontario	6
20	20	20	20	20	20	Manitoba	7
13	13	13	14	14	14	Saskatchewan	8
31	32	32	33	33	33	Alberta	9
41	41	41	41	42	42	Colombie-Britannique	10
1	1	1	1	1	1	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
52	455	454	457	460	460	CANADA	12

TABLEAU 14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

982

July	August	September	October	November	December	Certaines zones métropolitaines	No
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
Number - nombre							
	12	12	12	12	12	Calgary	1
	13	13	13	13	13	Edmonton	2
	8	8	8	8	8	Halifax-Dartmouth	3
	9	9	9	9	9	Hamilton	4
	48	48	49	49	49	Montréal	5
	19	19	19	19	19	Ottawa-Hull	6
	11	11	11	12	12	Ville de Québec	7
	47	47	48	48	48	Toronto	8
	15	15	15	16	16	Vancouver	9
	17	17	17	17	17	Winnipeg	10

TABLE 15. Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983
January-June

TABLEAU 15. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983
Janvier-juin

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1983/1982
		1982 ¹	1983	Variation 1983/1982
		thousands of dollars		per cent
		milliers de dollars		pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	88,904	87,009	- 2.1
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	62,069	65,847	+ 6.
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sport pour dames et jeunes filles	234,677	264,063	+ 12.5
4	Furs - Fourrures	12,407	11,523	- 7.1
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	115,886	117,504	+ 1.4
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes	78,911	79,104	+ 0.2
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	77,832	84,153	+ 8.1
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	51,406	55,723	+ 8.4
9	Millinery - Chapeaux	6,256	6,738	+ 7.7
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	50,742	55,572	+ 9.5
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	62,785	67,569	+ 7.6
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	116,074	120,153	+ 3.5
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes	174,874	170,054	- 2.8
14	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	172,618	198,306	+ 14.9
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habille- ment pour garçons	53,968	59,353	+ 10.0
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	75,746	80,459	+ 6.2
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	322,271	327,009	+ 1.5
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	227,009	251,768	+ 10.9
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photo- graphiques	62,667	63,804	+ 1.8
20	Piece goods - Tissus à la pièce	25,995	24,630	- 5.3
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison	123,901	142,959	+ 15.4
22	Smallwares and notions - Menus articles	43,680	44,656	+ 2.2
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie	54,681	58,335	+ 6.7
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	65,194	67,799	+ 4.0
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	77,891	81,431	+ 4.5
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	39,707	41,334	+ 4.1
27	Furniture - Meubles	221,142	240,467	+ 8.7
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	193,828	223,612	+ 15.4
29	Television, radio and music - Télévision, radio et musique	160,840	194,405	+ 20.9
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	164,711	179,838	+ 9.2
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	154,584	146,980	- 4.9
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	54,558	62,627	+ 14.8
33	Jewellery - Bijouterie	88,636	86,954	- 1.9
34	Toys and games - Jouets et jeux	62,599	75,114	+ 20.0
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	156,358	141,875	- 9.3
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	114,391	133,634	+ 16.8
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	98,008	94,425	- 3.7
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	115,074	115,376	+ 0.3
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation	42,760	55,226	+ 29.2
40	All other departments - Tous autres rayons	160,354	173,420	+ 8.1
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	4,265,994	4,550,808	+ 6.7

TABLE 16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983
January-June

TABLEAU 16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1982 et 1983
Janvier-juin

Province	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^F	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars milliers de dollars		per cent pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	48,114	50,705	+ 5.4
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	23,448	26,938	+ 14.9
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	103,622	123,326	+ 19.0
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	85,319	93,856	+ 10.0
Québec	756,295	824,240	+ 9.0
Ontario	1,497,096	1,615,724	+ 7.9
Manitoba	223,452	235,416	+ 5.4
Saskatchewan	119,807	138,921	+ 16.0
Alberta	649,503	658,443	+ 1.4
British Columbia - Colombie-Britannique	743,830	769,166	+ 3.4
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	15,509	14,076	- 9.2
CANADA	4,265,994	4,550,808	+ 6.7

TABLE 17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983
January-June

TABLEAU 17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines,
1982 et 1983
Janvier-juin

Selected metropolitan areas certaines zones métropolitaines	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^F	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars milliers de dollars		per cent pourcentage
Calgary	263,879	253,337	- 4.0
Edmonton	291,394	298,921	+ 2.6
Halifax-Dartmouth	54,676	68,963	+ 26.1
Hamilton	113,129	117,071	+ 3.5
Montréal	456,919	491,214	+ 7.5
Ottawa-Hull	174,974	197,183	+ 12.7
Quebec City - Ville de Québec	100,945	115,596	+ 14.5
Toronto	612,582	648,060	+ 5.8
Vancouver	451,660	460,680	+ 2.0
Winnipeg	202,639	213,362	+ 5.3

TABLE 18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983
January-June

TABLEAU 18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983
Janvier-juin

Province	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	x	39,471	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	424,240	463,227	+ 9.2
Ontario	911,583	990,618	+ 8.7
Manitoba	147,202	155,557	+ 5.7
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	512,454	510,148	- 0.4
British Columbia - Colombie-Britannique	608,248	624,299	+ 2.6
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	x	x
CANADA	2,767,424	2,932,946	+ 6.0

TABLE 19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983
January-June

TABLEAU 19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983
Janvier-juin

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
Certaines zones métropolitaines	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	207,760	199,948	- 3.8
Edmonton	237,775	236,778	- 0.4
Halifax-Dartmouth	x	38,099	x
Hamilton	85,618	89,604	+ 4.7
Montréal	290,743	309,424	+ 6.4
Ottawa-Hull	112,745	128,554	+ 14.0
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	450,924	475,477	+ 5.4
Vancouver	396,914	403,904	+ 1.8
Winnipeg	x	x	x

TABLE 20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983
January-June

TABLEAU 20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983
Janvier-juin

Province	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	x	83,854	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	332,054	361,013	+ 8.7
Ontario	585,511	625,106	+ 6.8
Manitoba	76,249	79,859	+ 4.7
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	137,051	148,296	+ 8.2
British Columbia - Colombie-Britannique	135,581	144,867	+ 6.8
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	x	x
CANADA	1,498,569	1,617,862	+ 8.0

TABLE 21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983
January-June

TABLEAU 21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines,
1982 et 1983
Janvier-juin

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
certaines zones métropolitaines	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	56,119	53,387	- 4.9
Edmonton	53,620	62,143	+ 15.9
Halifax-Dartmouth	x	30,865	x
Hamilton	27,510	27,468	- 0.2
Montréal	166,175	181,790	+ 9.4
Ottawa-Hull	62,229	68,629	+ 10.3
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	161,661	172,582	+ 6.8
Vancouver	54,745	56,776	+ 3.7
Winnipeg	x	x	x

TABLE 22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1981-1983

TABLERAU 22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1981-1983

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major Traditionnels		Junior Populaires	
	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution
	'000	%	'000	%	'000	%
1981:						
January - Janvier	643,821	100.0	442,269	68.7	201,552	31.3
February - Février	568,767	100.0	381,684	67.1	187,082	32.9
March - Mars	688,718	100.0	471,588	68.5	217,130	31.5
April - Avril	793,595	100.0	521,698	65.7	271,897	34.3
May - Mai	822,881	100.0	532,820	64.8	290,061	35.2
June - Juin	835,934	100.0	548,803	65.7	287,131	34.3
July - Juillet	757,743	100.0	485,895	64.1	271,848	35.9
August - Août	786,492	100.0	499,216	63.5	287,276	36.5
September - Septembre	848,390	100.0	575,366	67.8	273,024	32.2
October - Octobre	892,549	100.0	591,596	66.3	300,954	33.7
November - Novembre	1,036,498	100.0	686,067	66.2	350,430	33.8
December - Décembre	1,542,685	100.0	972,086	63.0	570,598	37.0
Year - Année	10,218,073	100.0	6,709,088	65.7	3,508,983	34.3
1982:						
January - Janvier	600,051	100.0	404,403	67.4	195,648	32.6
February - Février	578,049	100.0	386,536	66.9	191,513	33.1
March - Mars	694,137	100.0	466,897	67.3	227,240	32.7
April - Avril	788,971	100.0	503,423	63.8	285,547	36.2
May - Mai	813,933	100.0	507,484	62.3	306,449	37.7
June - Juin	790,853	100.0	498,681	63.1	292,172	36.9
July - Juillet	763,949	100.0	477,590	62.5	286,359	37.5
August - Août	775,727	100.0	480,433	61.9	295,295	38.1
September - Septembre	861,179	100.0	583,300	67.7	277,880	32.3
October - Octobre	859,187	100.0	562,793	65.5	296,393	34.5
November - Novembre	1,073,558	100.0	708,645	66.0	364,914	34.0
December - Décembre	1,608,478	100.0	1,009,764	62.8	598,714	37.2
Year - Année	10,208,072	100.0	6,589,949	64.6	3,618,124	35.4
1983:						
January - Janvier	623,426	100.0	416,073	66.7	207,353	33.3
February - Février	604,104	100.0	400,107	66.2	203,997	33.8
March - Mars	787,578	100.0	517,527	65.7	270,051	34.3
April - Avril	775,268	100.0	496,451	64.0	278,817	36.0
May - Mai	840,268	100.0	524,432	62.4	315,835	37.6
June - Juin	920,164	100.0	578,356	62.9	341,809	37.1
July - Juillet						
August - Août						
September - Septembre						
October - Octobre						
November - Novembre						
December - Décembre						
Year - Année						

TABLE 23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981-1983
June

TABLEAU 23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1981-1983
Juin

Province and Selected Metropolitan Areas	Distribution			Change 1983/1982
	1981 ^r	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
Province et certaines zones métropolitaines	per cent - pourcentage			
Newfoundland - Terre-Neuve	6.9	6.4	6.2	- 3.1
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	13.6	13.0	14.3	+ 10.0
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	8.3	7.6	8.6	+ 13.2
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	8.1	8.1	8.1	-
Québec	7.4	6.6	7.1	+ 7.6
Ontario	10.2	9.0	9.6	+ 6.7
Manitoba	13.1	12.3	12.4	+ 0.8
Saskatchewan	6.8	6.3	6.9	+ 9.5
Alberta	12.8	12.6	12.8	+ 1.6
British Columbia - Colombie-Britannique	13.8	13.7	14.1	+ 2.9
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	12.4	11.3	11.7	+ 3.5
CANADA	10.1	9.3	9.7	+ 4.3
Montréal	9.5	8.0	9.0	+ 12.5
Toronto	11.3	9.7	10.3	+ 6.2
Winnipeg	19.1	17.5	17.6	+ 0.6
Vancouver	16.2	15.7	16.7	+ 6.4

TABLE 24. Department Store Monthly Stocks(1), by Department, Canada, 1982 and 1983

Department	1983					1982		
	January	February	March	April	May	June	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juin	Juillet
	No.	thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	36,432	39,827	50,212	59,149	53,684	36,711	44,891	50,115
2 Women's and misses' coats and suits	36,868	41,207	41,457	35,693	24,664	23,800	34,224	53,983
3 Women's and misses' sportswear	107,426	114,463	149,791	170,227	155,028	121,651	113,781	122,660
4 Furs	17,836	15,771	16,471	11,029	16,953	16,502	17,862	16,901
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	58,915	64,568	74,045	83,519	79,876	75,769	67,097	84,224
6 Girls' and teenage girls' wear	31,258	37,273	48,282	47,809	44,476	35,746	43,228	56,809
7 Lingerie and women's sleepwear	39,897	39,099	47,104	51,975	49,709	40,490	44,245	45,736
8 Intimate apparel	33,424	29,920	32,831	37,468	34,662	31,439	29,435	30,197
9 Millinery	2,102	1,866	1,419	2,377	1,272	1,207	1,121	1,148
10 Women's and girls' hosiery	26,254	26,790	31,773	35,437	35,235	33,481	26,292	29,407
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	39,618	39,966	46,630	49,543	44,084	36,338	37,247	41,374
12 Women's, misses' and children's footwear	75,549	81,500	102,693	104,725	104,081	81,416	104,449	103,085
13 Men's clothing	111,702	137,579	160,091	148,765	151,819	134,412	151,626	151,850
14 Men's furnishings	119,180	123,058	135,003	153,735	149,872	125,302	132,400	146,322
15 Boys' clothing and furnishings	37,083	39,551	42,311	44,467	41,278	37,897	34,091	51,097
16 Men's and boys' footwear	62,415	58,203	74,673	73,963	83,261	69,612	80,817	77,169
17 Food and kindred products	38,119	40,249	41,106	44,482	34,242	43,524	35,267	33,698
18 Toiletries, cosmetics and drugs	193,004	149,162	169,033	191,342	172,373	181,084	167,845	168,331
19 Photographic equipment and supplies	55,045	49,854	54,360	57,791	61,072	58,920	52,010	53,907
20 Piece goods	23,618	23,824	30,107	25,966	34,748	25,447	30,908	31,669
21 Linens and domestics	108,506	112,560	113,998	125,286	135,602	119,765	107,260	101,475
22 Smallwares and notions	35,739	35,053	35,812	41,415	41,569	44,135	41,994	43,067
23 China and glassware	84,102	88,609	91,736	84,773	100,191	94,877	88,783	91,513
24 Floor coverings	48,316	46,440	50,642	47,834	53,084	52,260	62,687	58,842
25 Draperies, curtains and furniture coverings	61,298	57,776	68,398	63,753	66,310	64,039	63,858	65,090
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	43,617	44,175	53,031	49,665	59,162	54,666	50,743	50,850
27 Furniture	181,679	165,287	189,195	198,840	205,478	177,372	197,862	195,719
28 Major appliances	55,572	57,648	63,180	69,351	59,243	47,090	57,498	60,860
29 Television, radio and music	134,764	131,777	151,558	159,265	161,893	158,662	133,811	128,367
30 Housewares and small electrical appliances	170,418	162,985	159,781	188,257	177,327	185,823	141,505	139,853
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	112,354	108,723	142,575	125,815	141,078	141,086	141,320	139,768
32 Plumbing, heating and building materials	39,957	34,939	39,448	41,778	39,941	36,465	33,621	34,588
33 Jewellery	117,632	110,023	120,944	120,272	121,509	113,997	119,986	118,063
34 Toys and games	75,546	72,948	82,299	97,260	90,069	95,757	69,606	76,221
35 Sporting goods and luggage	107,199	108,929	129,534	153,593	157,055	141,320	133,059	127,180
36 Stationery, books and magazines	90,122	86,102	87,617	116,391	121,986	125,228	94,599	103,232
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	52,060	50,341	50,900	53,909	53,541	48,817	47,589	47,883
38 Meals and lunches	1,275	1,192	1,450	1,450	1,161	1,355	731	688
39 Repairs and services	4,872	4,284	4,865	4,625	4,140	4,530	4,694	4,673
40 All other departments	53,646	53,321	65,753	88,638	72,619	63,374	70,232	68,618
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	2,724,419	2,686,842	3,052,108	3,261,632	3,235,347	2,981,366	2,910,274	3,006,232

(1) At selling value.

TABLEAU 24. Stocks(1) mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1982							Rayon	N°
August	September	October	November	December	June/ May 1983	June 1983/1982		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juin/ mai 1983	Juin 1983/1982		
thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
42,355	43,320	54,009	50,828	38,810	- 31.6	- 18.2	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
56,427	68,743	66,218	52,222	40,267	- 3.5	- 30.5	formes pour dames et jeunes filles	
117,688	114,010	133,971	138,538	110,563	- 21.5	+ 6.9	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
18,258	17,588	22,827	20,360	19,452	- 2.7	- 7.6	filles	
70,437	70,942	83,526	72,897	69,554	- 5.1	+ 12.9	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
							Fourrures	4
							Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
							de chambres d'enfants	
47,566	51,960	50,778	52,112	34,263	- 19.6	- 17.3	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
46,257	46,325	59,780	64,918	42,026	- 18.5	- 8.5	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
29,948	26,105	33,155	32,173	31,988	- 9.3	+ 6.8	Sous-vêtements	8
1,708	1,918	3,268	3,766	3,533	- 5.1	+ 7.7	Chapeaux	9
30,283	26,946	31,556	31,492	29,650	- 5.0	+ 27.3	Bas pour dames et fillettes	10
42,880	44,167	56,141	59,220	41,659	- 17.6	- 2.4	Gants, moufles et articles de parure pour	11
101,987	99,683	109,058	97,074	91,924	- 21.8	- 22.1	dames et fillettes	
183,462	161,644	185,614	179,517	161,113	- 11.5	- 11.4	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
150,515	159,247	193,533	178,826	119,168	- 16.4	- 5.4	enfants	
35,990	39,792	49,443	42,803	33,681	- 8.2	+ 11.2	Vêtements pour hommes	13
							Articles d'habillement pour hommes	14
							Vêtements et articles d'habillement pour	15
							garçons	
75,912	67,074	77,159	75,798	70,433	- 16.4	- 13.9	Chaussures pour hommes et garçons	16
28,536	32,626	36,832	44,862	34,859	+ 27.1	+ 23.4	Produits alimentaires et connexes	17
155,235	147,765	194,071	215,162	167,598	+ 5.1	+ 7.9	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
							caments	
54,853	50,093	67,887	62,550	48,135	- 3.5	+ 13.3	Appareils et fournitures photographiques	19
28,841	23,364	29,943	25,946	28,235	- 26.8	- 17.7	Tissus à la pièce	20
89,225	84,968	98,419	113,712	121,738	- 11.7	+ 11.7	Literie et linge de maison	21
38,478	35,601	37,288	35,301	45,003	+ 6.2	+ 5.1	Menus articles	22
91,111	86,481	91,220	101,865	105,581	- 5.3	+ 6.9	Porcelaine et verrerie	23
57,868	52,400	54,803	48,227	56,021	- 1.6	- 16.6	Revêtements de plancher	24
58,951	56,532	65,384	62,606	67,382	- 3.4	+ 0.3	Tentures, rideaux et housses	25
51,370	48,692	59,624	56,218	45,756	- 7.6	+ 7.7	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
							d'ameublement pour la maison	
182,097	170,228	189,974	187,000	223,087	- 13.7	- 10.4	Meubles	27
60,083	56,445	56,357	58,759	63,148	- 20.5	- 18.1	Gros appareils ménagers	28
123,830	114,122	146,700	154,829	152,008	- 2.0	+ 18.6	Télévision, radio et musique	29
134,753	134,500	147,675	178,026	153,913	+ 4.8	+ 31.3	Articles de ménage et petits appareils élec-	30
							triques	
138,025	121,437	140,109	127,397	129,807	--	- 0.2	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
							etc.	
33,434	33,790	34,995	39,477	49,311	- 8.7	+ 8.5	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
							truction	
114,052	107,112	135,171	150,622	115,806	- 6.2	- 5.0	Bijouterie	33
93,490	109,355	143,875	117,303	59,061	+ 6.3	+ 37.6	Jouets et jeux	34
116,642	119,700	158,309	142,524	121,635	- 10.0	+ 6.2	Articles de sport et valises	35
97,897	90,189	105,329	112,896	83,094	+ 2.7	+ 32.4	Papeterie, livres et revues	36
49,511	50,786	56,012	52,276	62,805	- 8.8	+ 2.6	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
							réparation et fournitures	
640	861	817	896	1,008	+ 16.7	+ 85.4	Repas et casse-croûtes	38
4,710	4,794	5,080	5,409	4,925	+ 9.4	- 3.5	Services et travaux de réparation	39
59,999	61,378	75,695	79,189	61,884	- 12.7	- 9.8	Tous autres rayons	40
2,915,304	2,832,683	3,341,605	3,325,596	2,939,884	- 7.9	+ 2.4	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

(1) Valeur de vente.

TABLE 25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983(1)

		1983						1982
		January	February	March	April	May ^F	June ^P	June
Department		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai ^F	Juin ^P	Juin
No.		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	41,188	40,919	48,271	46,779	49,034	42,436	51,937
2	Women's and misses' coats and suits	51,920	50,338	49,709	45,984	37,226	34,453	49,567
3	Women's and misses' sportswear	128,912	125,274	146,610	140,711	136,730	131,472	123,168
4	Furs	18,224	17,763	19,730	12,448	18,893	19,648	21,276
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	71,097	74,423	85,443	73,710	78,482	84,029	74,048
6	Girls' and teenage girls' wear	43,119	43,352	51,429	42,964	42,337	39,833	48,145
7	Lingerie and women's sleepwear	49,422	47,001	51,050	47,496	47,003	45,044	49,142
8	Intimate apparel	32,718	31,986	35,155	35,112	33,245	33,842	31,881
9	Millinery	2,347	2,356	2,146	2,661	1,320	1,652	1,521
10	Women's and girls' hosiery	29,350	29,452	32,598	31,977	32,421	35,169	27,951
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	47,052	45,003	48,142	45,604	43,320	41,720	42,262
12	Women's, misses' and children's footwear	92,144	89,992	99,345	88,254	93,485	82,875	106,480
13	Men's clothing	151,274	151,895	171,569	143,937	150,917	159,653	185,422
14	Men's furnishings	143,514	140,972	145,493	141,656	143,198	139,566	147,603
15	Boys' clothing and furnishings	42,754	41,481	47,413	42,901	43,473	43,281	38,811
16	Men's and boys' footwear	75,578	68,576	75,351	66,900	73,061	70,103	84,419
17	Food and kindred products	***	***	***	***	***	***	***
18	Toiletries, cosmetics and drugs	189,619	174,578	188,758	183,142	169,970	192,807	180,618
19	Photographic equipment and supplies	55,614	56,232	64,286	54,606	57,775	65,796	59,278
20	Piece goods	26,095	24,385	29,715	24,410	32,937	25,343	31,692
21	Linens and domestics	114,704	116,166	116,622	113,891	121,330	117,613	105,212
22	Smallwares and notions	39,803	40,576	39,880	38,000	37,580	41,152	39,299
23	China and glassware	94,850	96,714	96,453	86,216	95,189	98,308	92,125
24	Floor coverings	49,883	48,945	53,504	47,376	49,895	49,432	60,078
25	Draperies, curtains and furniture coverings	60,893	59,884	70,820	60,208	63,443	65,986	66,714
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	49,398	49,264	56,876	49,729	53,616	54,732	50,792
27	Furniture	190,432	174,822	195,753	178,665	188,322	177,550	195,584
28	Major appliances	57,173	56,664	64,136	63,740	59,099	50,267	61,134
29	Television, radio and music	143,176	145,912	158,683	147,416	155,144	160,996	137,411
30	Housewares and small electrical appliances	181,014	184,732	166,456	172,893	169,441	189,075	144,029
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	131,975	124,757	151,450	118,774	127,355	135,334	142,967
32	Plumbing, heating and building materials	***	***	***	***	***	***	***
33	Jewellery	129,398	118,199	125,370	111,683	117,289	120,568	127,597
34	Toys and games	88,995	89,707	101,179	96,912	100,161	119,056	86,601
35	Sporting goods and luggage	138,968	132,646	140,783	130,653	134,818	141,617	134,721
36	Stationery, books and magazines	100,605	101,051	101,774	113,122	114,364	126,518	97,041
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	56,573	55,477	57,861	49,971	50,561	52,576	51,261
38	Meals and lunches	***	***	***	***	***	***	***
39	Repairs and services	5,405	5,282	5,942	4,826	4,307	4,693	5,021
40	All other departments	74,267	67,776	63,474	73,294	63,966	62,561	69,741
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,040,777	3,006,135	3,253,500	3,006,794	3,064,526	3,187,945	3,121,611

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1982 et 1983(1)

1982							Rayon	No
July	August	September	October	November	December	Change - Variation June/ May 1983		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juin/ mai 1983		
Thousands of dollars								
milliers de dollars								
53,390	48,491	49,698	45,887	44,435	43,000	- 13.5		
42,804	42,996	51,326	42,969	43,029	49,588	- 7.4	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
121,200	119,337	126,199	119,758	121,394	135,994	- 3.8	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
18,398	17,628	15,280	17,583	16,928	18,011	+ 4.0	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
68,989	68,120	73,923	69,912	67,729	76,613	+ 7.1	Fourrures	4
							Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
46,050	43,545	52,262	42,814	45,226	46,232	- 5.9		
48,972	48,002	49,779	44,138	47,892	52,978	- 4.2	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
30,539	30,340	31,195	30,745	27,016	31,652	+ 1.8	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
1,529	2,027	2,330	2,377	2,239	2,327	+ 25.2	Sous-vêtements	8
28,462	27,123	29,454	29,075	29,227	34,191	+ 8.5	Chapeaux	9
							Bas pour dames et fillettes	10
43,236	45,161	48,821	42,232	45,425	49,461	- 3.7		
100,750	98,291	108,197	99,109	97,852	99,145	- 11.3	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
159,252	159,716	162,732	145,626	148,826	164,501	+ 5.8	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
146,026	147,408	159,732	146,048	147,889	156,835	- 2.5	Vêtements pour hommes	13
39,503	37,361	40,770	38,205	39,126	41,322	- 0.4	Articles d'habillement pour hommes	14
							Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
75,207	74,422	74,445	64,298	71,807	77,083	- 4.0		
173,476	174,144	171,757	154,042	164,851	180,981	+ 13.4	Chaussures pour hommes et garçons	16
54,928	56,700	56,734	51,393	49,077	55,299	+ 13.9	Produits alimentaires et connexes	17
30,698	28,596	25,822	27,296	25,920	28,293	- 23.1	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
							Appareils et fournitures photographiques	19
							Tissus à la pièce	20
103,997	97,468	102,905	94,407	103,756	117,977	- 3.1		
38,793	37,767	39,180	36,014	37,454	44,053	+ 9.5	Literie et linge de maison	21
92,335	92,482	93,977	83,876	89,920	94,736	+ 3.3	Menus articles	22
56,998	56,263	59,229	52,658	50,595	51,900	- 0.9	Porcelaine et verrerie	23
64,387	62,068	66,293	61,412	61,418	63,613	+ 4.0	Revêtements de plancher	24
							Tentures, rideaux et housses	25
49,607	49,514	52,213	49,029	49,831	54,430	+ 2.1		
195,691	191,967	202,524	189,204	187,444	201,135	- 5.7	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
62,042	64,883	67,370	54,945	53,734	56,357	- 14.9	Meubles	27
133,862	131,532	131,297	131,298	131,154	144,869	+ 3.8	Gros appareils ménagers	28
140,222	139,024	146,847	128,739	153,799	172,142	+ 11.6	Télévision, radio et musique	29
							Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
134,132	129,279	137,286	125,977	118,978	139,860	+ 6.3		
...	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
123,007	119,454	123,943	115,049	120,860	126,772	+ 2.8	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
86,473	87,474	88,439	83,479	85,915	103,238	+ 18.9	Bijouterie	33
128,501	123,707	125,853	123,082	126,813	139,118	+ 5.0	Jouets et jeux	34
							Articles de sport et valises	35
95,622	93,379	93,881	85,544	92,777	101,561	+ 10.6		
49,052	49,583	53,058	46,334	46,212	66,374	+ 4.0	Papeterie, livres et revues	36
...	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
4,316	4,297	4,600	3,968	4,800	5,487	+ 9.0	Repas et casse-croûtes	38
64,271	60,033	64,393	63,120	67,745	82,731	- 2.2	Services et travaux de réparation	39
							Tous autres rayons	40
2,957,979	2,927,499	3,083,081	2,804,523	2,915,066	3,156,073	+ 4.0	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

(1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 26. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1982 and 1983

No.	Department	1983						1982
		January	February	March	April	May	June	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juin
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	4.55	4.03	3.73	3.67	2.73	1.85	2.52
2	Women's and misses' coats and suits	3.44	3.94	2.66	2.51	2.88	3.76	6.10
3	Women's and misses' sportswear	3.82	3.38	3.23	3.74	2.87	2.16	2.60
4	Furs	3.92	5.04	7.54	12.42	63.97	32.55	29.87
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.53	3.97	3.46	4.14	3.82	3.43	3.36
6	Girls' and teenage girls' wear	3.84	3.63	2.70	3.47	3.10	2.43	3.13
7	Lingerie and women's sleepwear	3.91	3.51	3.40	3.63	3.05	2.21	2.95
8	Intimate apparel	4.58	4.33	3.34	3.74	3.42	2.73	3.01
9	Millinery	1.68	1.84	1.42	1.88	1.19	1.05	1.25
10	Women's and girls' hosiery	3.25	3.63	3.12	3.45	3.43	3.58	3.19
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4.68	4.99	3.91	3.95	3.27	2.76	3.44
12	Women's, misses' and children's footwear	5.74	6.26	4.82	4.56	4.33	3.18	4.76
13	Men's clothing	5.39	6.87	4.85	4.90	5.24	3.64	4.35
14	Men's furnishings	5.29	5.46	4.10	4.93	4.23	2.33	3.19
15	Boys' clothing and furnishings	5.75	6.03	3.87	3.84	3.59	3.07	3.43
16	Men's and boys' footwear	7.04	6.44	5.14	5.04	5.41	3.87	5.34
17	Food and kindred products	0.80	0.69	0.73	0.79	0.60	0.84	0.71
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5.17	3.97	3.83	4.43	3.88	4.00	4.16
19	Photographic equipment and supplies	5.94	5.96	5.19	5.63	5.43	4.15	3.81
20	Piece goods	6.83	6.70	6.33	6.30	7.96	5.81	7.67
21	Linens and domestics	3.83	7.01	5.17	5.49	5.78	3.95	4.32
22	Smallwares and notions	3.96	4.95	4.54	5.68	6.45	6.38	6.47
23	China and glassware	11.17	10.51	8.18	9.51	8.23	9.41	9.33
24	Floor coverings	5.14	4.91	3.89	4.12	4.52	4.15	5.43
25	Draperies, curtains and furniture coverings	5.97	5.61	4.93	4.37	4.25	3.82	4.03
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6.46	8.01	6.55	7.01	8.63	7.74	7.13
27	Furniture	4.76	5.46	4.45	5.50	4.48	3.73	5.02
28	Major appliances	1.65	2.08	1.74	2.11	1.51	0.87	1.62
29	Television, radio and music	3.83	4.69	4.00	5.32	5.20	4.93	4.88
30	Housewares and small electrical appliances	6.69	5.58	5.78	6.22	5.61	5.22	4.57
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	6.34	6.63	6.74	5.03	4.14	4.32	4.60
32	Plumbing, heating and building materials	5.54	4.51	4.59	3.88	3.24	2.28	3.06
33	Jewellery	12.26	9.92	7.85	7.70	7.07	6.31	6.88
34	Toys and games	9.39	7.85	6.12	6.70	6.41	6.08	5.65
35	Sporting goods and luggage	5.93	7.51	6.45	6.28	5.31	4.02	3.67
36	Stationery, books and magazines	4.68	4.45	3.52	5.17	5.42	4.99	4.61
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	4.09	4.54	3.37	3.32	2.82	2.40	2.61
38	Meals and lunches	0.07	0.07	0.07	0.07	0.06	0.06	0.06
39	Repairs and services	0.63	0.52	0.48	0.49	0.44	0.44	0.61
40	All other departments	2.61	2.63	2.50	2.78	1.95	1.71	2.22
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.25	4.35	3.81	4.16	3.74	3.16	3.61

TABLEAU 26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1982						Rayon	
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
3.24	2.88	2.67	3.54	2.80	1.67	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
7.88	3.33	3.90	2.86	2.08	1.82	formes pour dames et jeunes filles	
2.90	2.69	1.99	3.03	2.68	1.60	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
9.70	10.47	6.58	5.52	3.44	3.09	filles	
4.10	2.78	2.90	3.34	2.68	1.88	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
						Fourrures	4
						Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
						de chambres d'enfants	
4.30	2.08	2.84	3.39	2.66	1.29	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
2.97	3.54	2.75	3.53	2.59	0.92	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3.24	3.21	2.45	3.72	3.04	2.22	Sous-vêtements	8
1.22	1.75	1.21	1.49	1.07	0.78	Chapeaux	9
4.28	3.70	2.13	2.67	2.41	1.63	Bas pour dames et fillettes	10
4.37	4.07	2.82	3.62	2.64	1.15	Gants, moufles et articles de parure pour	11
5.87	4.63	3.49	4.18	3.13	2.98	dames et fillettes	
6.10	6.56	4.18	5.13	3.55	2.43	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
4.66	4.69	4.00	5.09	3.09	1.08	enfants	
5.73	2.02	3.34	4.28	2.92	1.40	Vêtements pour hommes	13
						Articles d'habillement pour hommes	14
						Vêtements et articles d'habillement pour	15
						garçons	
6.65	5.67	3.91	5.07	3.69	2.90	Chaussures pour hommes et garçons	16
0.66	0.50	0.66	0.67	0.66	0.43	Produits alimentaires et connexes	17
4.13	3.84	3.54	4.22	3.81	1.52	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
3.93	4.15	3.93	5.60	4.00	1.48	caments	
8.83	6.50	4.25	5.42	4.67	6.05	Appareils et fournitures photographiques	19
						Tissus à la pièce	20
3.82	3.65	3.00	3.84	4.08	2.77	Literie et linge de maison	21
6.27	5.13	3.36	3.80	3.22	3.57	Menus articles	22
9.15	9.89	6.96	8.48	6.20	3.02	Porcelaine et verrerie	23
5.03	5.56	4.53	3.96	3.42	4.81	Revêtements de plancher	24
4.30	4.48	4.20	4.54	3.84	3.67	Tentures, rideaux et housses	25
6.66	7.13	5.72	6.69	4.42	2.17	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
74.48	5.14	4.44	4.84	4.62	5.30	d'ameublement pour la maison	
1.47	1.86	1.47	1.39	1.37	1.45	Meubles	27
4.24	4.03	2.66	3.89	3.05	1.90	Gros appareils ménagers	28
4.30	4.43	4.21	4.17	4.14	1.93	Télévision, radio et musique	29
						Articles de ménage et petits appareils élec-	30
						triques	
5.22	6.02	5.24	5.03	4.94	3.66	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
2.94	3.78	3.57	3.45	3.82	4.04	etc.	
7.07	7.18	5.01	7.51	5.39	1.76	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
3.67	7.67	8.84	6.91	2.64	0.73	truction	
11.00	4.91	5.10	7.67	5.14	2.39	Bijouterie	33
						Jouets et jeux	34
						Articles de sport et valises	35
1.18	3.54	3.30	4.71	3.43	1.22	Papeterie, livres et revues	36
1.60	3.10	3.33	2.87	2.35	2.77	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
						réparation et fournitures	
0.04	0.03	0.04	0.04	0.04	0.03	Repas et casse-croûtes	38
0.72	0.69	0.65	0.57	0.45	0.37	Services et travaux de réparation	39
0.46	2.35	2.42	2.79	2.76	1.22	Tous autres rayons	40
0.83	3.65	3.23	3.81	3.06	1.80	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 27. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, Canada, 1982 and 1983

No.	Department	1983						1982
		January	February	March	April	May	June	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juin
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.21	0.26	0.30	0.29	0.35	0.44	0.36
2	Women's and misses' coats and suits	0.28	0.27	0.38	0.37	0.28	0.26	0.17
3	Women's and misses' sportswear	0.26	0.30	0.35	0.28	0.33	0.41	0.35
4	Furs	0.24	0.19	0.14	0.06	0.02	0.03	0.03
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	0.26	0.26	0.31	0.26	0.26	0.28	0.29
6	Girls' and teenage girls' wear	0.25	0.30	0.42	0.29	0.31	0.37	0.30
7	Lingerie and women's sleepwear	0.25	0.28	0.32	0.29	0.32	0.41	0.31
8	Intimate apparel	0.22	0.22	0.31	0.29	0.28	0.35	0.32
9	Millinery	0.44	0.51	0.61	0.67	0.59	0.93	0.74
10	Women's and girls' hosiery	0.29	0.28	0.35	0.31	0.29	0.27	0.30
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.21	0.20	0.28	0.26	0.29	0.33	0.26
12	Women's, misses' and children's footwear	0.16	0.17	0.23	0.22	0.23	0.28	0.20
13	Men's clothing	0.15	0.16	0.22	0.20	0.19	0.26	0.22
14	Men's furnishings	0.19	0.19	0.26	0.22	0.23	0.39	0.29
15	Boys' clothing and furnishings	0.18	0.17	0.27	0.27	0.27	0.31	0.28
16	Men's and boys' footwear	0.13	0.15	0.22	0.20	0.20	0.24	0.18
17	Food and kindred products	1.30	1.48	1.38	1.32	1.45	1.34	1.45
18	Toiletries, cosmetics and drugs	0.21	0.22	0.28	0.24	0.24	0.26	0.24
19	Photographic equipment and supplies	0.18	0.16	0.20	0.18	0.19	0.24	0.25
20	Piece goods	0.13	0.15	0.18	0.15	0.14	0.15	0.13
21	Linens and domestics	0.25	0.15	0.19	0.19	0.18	0.24	0.22
22	Smallwares and notions	0.22	0.20	0.22	0.19	0.16	0.16	0.15
23	China and glassware	0.08	0.10	0.12	0.10	0.13	0.10	0.10
24	Floor coverings	0.18	0.20	0.27	0.24	0.23	0.24	0.19
25	Draperies, curtains and furniture coverings	0.16	0.17	0.22	0.22	0.24	0.26	0.24
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.15	0.13	0.17	0.14	0.13	0.12	0.14
27	Furniture	0.19	0.17	0.24	0.19	0.23	0.25	0.19
28	Major appliances	0.57	0.49	0.60	0.50	0.61	1.01	0.60
29	Television, radio and music	0.24	0.21	0.27	0.19	0.19	0.20	0.20
30	Housewares and small electrical appliances	0.16	0.18	0.17	0.17	0.17	0.20	0.20
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	0.15	0.15	0.17	0.19	0.26	0.23	0.20
32	Plumbing, heating and building materials	0.16	0.21	0.23	0.27	0.30	0.42	0.30
33	Jewellery	0.08	0.10	0.13	0.13	0.14	0.15	0.10
34	Toys and games	0.12	0.13	0.17	0.16	0.15	0.17	0.10
35	Sporting goods and luggage	0.16	0.13	0.17	0.17	0.19	0.24	0.20
36	Stationery, books and magazines	0.22	0.22	0.29	0.22	0.19	0.20	0.20
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.22	0.22	0.30	0.31	0.35	0.40	0.30
38	Meals and lunches	15.77	13.74	15.43	13.42	14.87	16.81	26.00
39	Repairs and services	1.45	1.79	2.21	1.99	2.15	2.38	1.00
40	All other departments	0.35	0.38	0.44	0.41	0.46	0.55	0.40
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.22	0.22	0.27	0.25	0.26	0.30	0.20

TABLEAU 27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1982						Rayon	No
July Juillet	August Août	September Septembre	October Octobre	November Novembre	December Décembre		
0.33	0.32	0.38	0.31	0.35	0.52	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
0.16	0.31	0.28	0.34	0.42	0.48	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.36	0.36	0.49	0.36	0.38	0.55	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
0.10	0.10	0.15	0.20	0.27	0.32	Fourrures	4
0.27	0.33	0.35	0.32	0.35	0.52	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
0.26	0.44	0.37	0.29	0.38	0.62	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.34	0.28	0.36	0.32	0.40	0.86	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.31	0.31	0.38	0.30	0.32	0.45	Sous-vêtements	8
0.83	0.68	0.87	0.85	1.00	1.24	Chapeaux	9
0.25	0.27	0.44	0.40	0.41	0.59	Bas pour dames et fillettes	10
0.24	0.25	0.36	0.31	0.39	0.72	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
0.17	0.21	0.28	0.25	0.30	0.33	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
0.16	0.17	0.22	0.21	0.28	0.39	Vêtements pour hommes	13
0.23	0.22	0.26	0.22	0.31	0.74	Articles d'habillement pour hommes	14
0.21	0.41	0.31	0.26	0.32	0.63	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.15	0.17	0.24	0.21	0.27	0.33	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.47	1.82	1.61	1.58	1.65	2.04	Produits alimentaires et connexes	17
0.24	0.25	0.28	0.27	0.28	0.58	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
0.26	0.24	0.24	0.21	0.24	0.59	Appareils et fournitures photographiques	19
0.11	0.15	0.21	0.21	0.20	0.17	Tissus à la pièce	20
0.25	0.26	0.33	0.28	0.26	0.37	Literie et linge de maison	21
0.16	0.18	0.29	0.27	0.30	0.31	Menus articles	22
0.11	0.10	0.14	0.12	0.17	0.34	Porcelaine et verrerie	23
0.19	0.18	0.21	0.26	0.27	0.22	Revêtements de plancher	24
0.23	0.21	0.23	0.24	0.26	0.28	Tentures, rideaux et housses	25
0.15	0.14	0.17	0.16	0.22	0.41	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.22	0.19	0.22	0.22	0.21	0.21	Meubles	27
0.70	0.53	0.66	0.72	0.74	0.71	Gros appareils ménagers	28
0.23	0.24	0.36	0.29	0.34	0.52	Télévision, radio et musique	29
0.23	0.22	0.24	0.25	0.26	0.48	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
0.19	0.17	0.18	0.21	0.19	0.28	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.35	0.26	0.28	0.29	0.28	0.28	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
0.14	0.14	0.19	0.15	0.20	0.49	Bijouterie	33
0.18	0.14	0.12	0.16	0.34	0.91	Jouets et jeux	34
0.24	0.19	0.20	0.15	0.18	0.39	Articles de sport et valises	35
0.20	0.28	0.29	0.23	0.30	0.70	Papeterie, livres et revues	36
0.39	0.33	0.30	0.37	0.41	0.39	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
27.70	29.56	26.63	23.92	27.95	34.05	Repas et casse-croûtes	38
1.39	1.45	1.56	1.82	2.27	2.59	Services et travaux de réparation	39
0.40	0.40	0.42	0.40	0.37	0.72	Tous autres rayons	40
0.26	0.26	0.30	0.28	0.32	0.51	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

TABLE 28. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Unadjusted, Canada, 1981-1983

TABEAU 28. Montants à recevoir(1), non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983

Month	1981	1982	1983	Change from previous month	Change 1983/1982
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1983/1982
	thousands of dollars			per cent	
	milliers de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,554,350	1,624,889	1,668,020	- 5.0	+ 2.7
February - Février	1,488,706	1,554,529	1,599,438	- 4.1	+ 2.9
March - Mars	1,476,287	1,537,740	1,566,508	- 2.1	+ 1.9
April - Avril	1,483,717	1,536,243	1,583,987	+ 1.1	+ 3.1
May - Mai	1,493,281	1,527,443	1,601,258	+ 1.1	+ 4.8
June - Juin	1,501,535	1,505,203	1,585,200	- 1.0	+ 5.3
July - Juillet	1,523,351	1,477,266			
August - Août	1,512,048	1,476,402			
September - Septembre	1,537,138	1,536,070			
October - Octobre	1,550,904	1,554,259			
November - Novembre	1,622,633	1,613,782			
December - Décembre	1,788,145	1,755,331			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 29. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983

TABEAU 29. Montants à recevoir(1), désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983

Month	1981	1982	1983	Change from previous month	Change 1983/1982
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1983/1982
	millions of dollars			per cent	
	millions de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,470.0	1,538.5	1,576.1	+ 2.5	+ 2.4
February - Février	1,480.0	1,551.8	1,576.4	--	+ 1.6
March - Mars	1,499.0	1,563.8	1,593.1	+ 1.1	+ 1.9
April - Avril	1,515.0	1,566.1	1,614.5	+ 1.3	+ 3.1
May ^P - Mai ^P	1,537.0	1,567.6	1,635.0	+ 1.3	+ 4.3
June ^P - Juin ^P	1,563.0	1,563.0	1,641.0	+ 0.4	+ 5.0
July - Juillet	1,615.0	1,560.6			
August - Août	1,595.0	1,554.2			
September - Septembre	1,581.0	1,569.9			
October - Octobre	1,565.0	1,566.3			
November - Novembre	1,570.0	1,563.8			
December - Décembre	1,563.0	1,537.8			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

Department Store Sales and
Stocks, MCD, Seasonal
and Trading Day Factors

Ventes et stocks des grands
magasins MDC et coefficients de
corrections des variations
saisonnières et des jours
commerciaux

TABLE 30. Department Store Sales and Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1983

No.	Department	Sales - Combined Seasonal and Trading Day Factors			
		Ventes - Coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux			
		MCD in May	May ^F	June ^P	July
		MDC en mai	Mai ^F	Juin ^P	Juillet
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5	128.42	110.83	95.42
2	Women's and misses' coats and suits	8	53.85	39.46	45.30
3	Women's and misses' sportswear	3	109.99	96.33	88.36
4	Furs	12	17.63	18.88	51.41
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	5	92.23	87.92	87.83
6	Girls' and teenage girls' wear	4	92.62	87.16	77.74
7	Lingerie and women's sleepwear	3	91.27	88.91	86.60
8	Intimate apparel	4	104.40	109.89	96.05
9	Millinery	9	61.61	57.48	57.19
10	Women's and girls' hosiery	3	95.46	84.55	66.94
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	3	88.86	79.93	65.53
12	Women's, misses' and children's footwear	5	106.67	94.51	75.29
13	Men's clothing	4	87.23	98.19	69.12
14	Men's furnishings	5	80.43	104.57	75.06
15	Boys' clothing and furnishings	5	88.58	83.48	73.73
16	Men's and boys' footwear	6	100.56	104.14	78.65
17	Food and kindred products	4	100.10	89.52	85.42
18	Toiletries, cosmetics and drugs	2	88.51	88.07	84.83
19	Photographic equipment and supplies	4	81.11	103.66	98.12
20	Piece goods	6	101.03	87.53	74.34
21	Linens and domestics	3	86.93	98.45	104.85
22	Smallwares and notions	4	75.19	76.77	79.90
23	China and glassware	4	86.98	87.14	78.38
24	Floor coverings	5	100.13	99.56	98.77
25	Draperies, curtains and furniture coverings	3	103.69	109.64	107.72
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	77.84	84.50	84.97
27	Furniture	5	108.32	107.07	113.06
28	Major appliances	5	97.71	103.97	117.02
29	Television, radio and music	5	73.68	78.75	81.81
30	Housewares and small electrical appliances	3	91.93	91.74	91.32
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	3	122.10	116.68	99.52
32	Plumbing, heating and building materials	6	122.04	116.05	113.20
33	Jewellery	3	83.63	87.57	73.79
34	Toys and games	4	58.06	59.50	63.07
35	Sporting goods and luggage	3	117.45	127.12	109.06
36	Stationery, books and magazines	3	77.10	83.45	74.67
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5	102.88	102.11	96.67
38	Meals and lunches	3	92.69	96.69	93.24
39	Repairs and services	6	96.95	94.04	94.04
40	All other departments	5	129.57	111.70	92.17
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	2	94.98	94.21	87.32

TABLEAU 30. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1983

Stocks - Seasonal Factors

Stocks - Coefficients des variations saisonnières

				Rayon	NO
MCD in May	May ^F	June ^P	July		
MDC en mai	Mai ^F	Juin ^P	Juillet		
3	109.48	86.51	94.31	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
4	66.26	69.08	124.64	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
3	113.38	92.53	100.67	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
5	89.73	83.99	91.41	Fourrures	4
4	101.78	90.17	122.42	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
4	105.05	89.74	123.53	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
4	105.76	89.89	93.30	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3	104.26	92.90	99.42	Sous-vêtements	8
5	96.34	73.07	74.94	Chapeaux	9
4	108.68	95.20	103.53	Bas pour dames et fillettes	10
3	101.76	87.10	95.31	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
3	111.33	98.24	101.91	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
4	100.60	84.19	95.78	Vêtements pour hommes	13
3	104.66	89.78	100.27	Articles d'habillement pour hommes	14
4	94.95	87.56	130.66	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
4	113.96	99.30	102.67	Chaussures pour hommes et garçons	16
4	Produits alimentaires et connexes	17
4	101.41	93.92	98.11	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
4	105.71	89.55	98.73	Appareils et fournitures photographiques	19
4	105.50	100.41	104.98	Tissus à la pièce	20
3	111.76	101.83	97.42	Literie et linge de maison	21
4	110.62	107.25	110.90	Menus articles	22
3	105.25	96.51	99.48	Porcelaine et verrerie	23
3	106.39	105.72	104.72	Revêtements de plancher	24
3	104.52	97.05	101.73	Tentures, rideaux et housses	25
4	110.34	99.88	102.43	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
2	109.11	99.90	99.98	Meubles	27
13	100.24	93.68	99.23	Gros appareils ménagers	28
3	104.35	98.55	96.51	Télévision, radio et musique	29
3	104.65	98.28	99.27	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
13	110.77	104.25	104.19	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
3	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
3	103.60	94.55	96.16	Bijouterie	33
3	89.92	80.43	87.91	Jouets et jeux	34
3	116.49	99.79	98.98	Articles de sport et valises	35
3	106.66	98.98	109.02	Papeterie, livres et revues	36
3	105.89	92.85	97.61	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
3	Repas et casse-croûtes	38
3	96.13	96.53	108.08	Services et travaux de réparation	39
3	113.53	101.30	104.86	Tous autres rayons	40
3	105.57	93.52	101.65	TOTAL, TOUS RAYONS	41

LIST OF DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - LISTE DES ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS

MAJOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS TRADITIONNELS

Ayre's Ltd., Water St., St. John's, Newfoundland
Bowring Bros. Ltd., 281 Water St., St. John's, Newfoundland
Caplan, C., Ltd., 135 Rideau St., Ottawa, Ontario
Eaton, T., Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario
Goudies Ltd., 22 King St. W., Kitchener, Ontario
Holman, R.T., Ltd., Water St., Summerside, Prince Edward Island
Hougens Ltd., 305 Main St., Whitehorse, Yukon
Hubert, Magasin J.O., Ltée, 163-165 rue Principale, Maniwaki, Québec
Hudson's Bay Co., 2 Bloor St. E., Toronto, Ontario
Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd., 4910-50th St., Lloydminster, Saskatchewan
Ogilvy, Charles, Ltd., 126 Rideau St., Ottawa, Ontario
Ogilvy's, James A., Ltd., Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec
Right House, The, Co. Ltd., 35-41 King St. E., Hamilton, Ontario (Closed February 1983 - Fermée février 1983)
Robinson, The G.W., Co. Ltd., 18 James St., Hamilton, Ontario
Simpsons Ltd., 401 Bay St., Toronto, Ontario
Simpson Sears Ltd., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario
Smith & Chapple Ltd., 24 Birch St., Chapleau, Ontario
Woodward Stores (Alta.) Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia
Woodward Stores (B.C.) Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

JUNIOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS POPULAIRES

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario
Sentry Dep't. Stores Ltd., 1650 Avenue Rd., Toronto, Ontario
Steinberg Inc., Miracle Mart Division, 5151 Thimens, St-Laurent, Québec
Towers Department Stores Ltd., 6509 Airport Rd., Mississauga, Ontario
Woolco Department Stores, c/o F.W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario
Zeller's Ltd., 5250 Decarie Blvd., Montréal, Québec

SELECTED PUBLICATIONS

Following are publications of the Merchandising and Services Division in the Retail Trade sector.

Catalogue

63-002 Department Store Sales and Stocks. M. Bil. 36 pp. First Issue, 1938. (ISSN 0380-7045).

Total sales and number of outlets, by province and selected metropolitan area, and sales and inventories by department, Canada.

63-004 Department Store Sales by Regions. Advance Release. M. Bil. 1 pp. First Issue, 1950. (ISSN 0709-8650).

Total sales and percentage changes of sales, by region.

63-005 Retail Trade. M. Bil. Approx. 65 pp. First Issue, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total retail sales by province and kind of business, for chain and independent stores; seasonally adjusted sales, Canada.

63-007 New Motor Vehicle Sales. M. Bil. Approx. 15 pp. First Issue, 1932. (ISSN 0705-5595).

Number and value of new passenger cars, trucks and buses sold by province and by origin (Canada and U.S. or imported). Monthly unit sales, by type and origin, seasonally adjusted.

63-014 Merchandising Inventories. M. Bil. 24 pp. First Issue, 1972. (ISSN 0380-7177).

Inventories and stocks/sales ratios, by type of trade for wholesale, by department for department stores, by kind of business for chain stores and independent stores: quarterly percentage changes for independent stores by kind of business.

63-210 Retail Chain and Department stores. A. Bil. Approx. 74 pp. First Issue, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total retail sales by chain and department stores including data on floor area, inventory and accounts receivable.

CHOIX DE PUBLICATIONS

Les publications suivantes se trouvent à la Section du commerce de détail, Division du commerce et des services.

Catalogue

63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M. Bil. 36 pages. Premier numéro, 1938. (ISSN 0380-7045).

Ventes totales et nombre de points de ventes par provinces et certaines régions métropolitaines, ventes et stocks par rayon, Canada.

63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M. Bil. 1 page. Premier numéro, 1950. (ISSN 0709-8650).

Variations en pourcentage et ventes par région.

63-005 Commerce de détail. M. Bil. Environ 65 pages. Premier numéro, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total des ventes au détail par province et genre de commerce, pour les magasins à succursales et les magasins indépendants; chiffres désaisonnalisés, Canada.

63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M. Bil. Environ 15 pages. Premier numéro, 1932. (ISSN 0705-5595).

Nombre et valeur des voitures particulières, des camions et des autobus neufs vendus par province et par lieu d'origine (Canada et É.-U. ou importés). Ventes unitaires mensuelles selon le type et l'origine, après désaisonnalisation.

63-014 Stocks commerciaux. M. Bil. 24 pages. Premier numéro, 1972. (ISSN 0380-7177).

Stocks et rapports stocks/ventes, par genre de commerce pour le commerce de gros, par rayon pour les grands magasins et par genre de commerce pour les magasins à succursales et magasins indépendants: variations trimestrielles en pourcentage pour les magasins indépendants suivant le genre de commerce.

63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A. Bil. Environ 74 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total des ventes au détail pour les magasins à succursales et les grands magasins, incluant des données sur la superficie total, des stocks, et comptes à recevoir.

Catalogue

- 63-213 Vending Machine Operators. A. Bil. 21 pp. First Issue, 1958. (ISSN 0527-6411).

Sales of merchandise through automatic vending machines, by type of machine and location, Canada and provinces.

- 63-218 Direct Selling Canada. A. Bil. 14 pp. First Issue, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Sales of various commodities by method of distribution; door-to-door, mail order, etc.

- 63-219 Campus Book Stores, A. Bil. Approx. 8 pp. First Issue, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Retail sales by commodities, employees and payroll, by regions, provinces and Canada, for academic years.

- 63-224 Market Research Handbook. A. Bil. 700 pp. First Issue, 1975. (ISSN 0590-9325).

The data covers such topics as general economic indicators, population characteristics, personal income and expenditure and household facilities.

- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O. Bil. 695 pp. (ISBN 0-660-506-13-0). The publication provides revised retail trade estimates for the years 1972 to 1979, both unadjusted and seasonally adjusted and also sections on definitions, concepts, classifications, methodology and data reliability.

Operating Results - Retail Trades. O. Bil. 29 pp. First Issue, 1974.

Reports in the Operating Results series contain ratios (percentages of net sales) for: purchases, inventories, cost of goods sold, gross profit, operating expense items and net profit.

Catalogue

- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A. Bil. 21 pages. Premier numéro, 1958. (ISSN 0527-6411).

Ventes de marchandise selon le genre de machine et l'emplacement, Canada et provinces.

- 63-218 La vente directe au Canada. A. Bil. 14 pages. Premier numéro, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Ventes de divers produits, par mode de distribution: démarchage, poste, etc.

- 63-219 Librairies de campus. A. Bil. Environ 8 pages. Premier numéro, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Ventes au détail par article, ainsi que nombre d'employés et la paye, par région, par province et au Canada par année scolaire.

- 63-224 Manuel statistique pour études de marché. A. Bil. 700 pages. Premier numéro, 1975. (ISSN 0590-9325).

Les données portent sur des sujets tels que les indicateurs économiques généraux, les caractéristiques de la population, le revenu et les dépenses des particuliers et l'équipement ménager.

- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S. Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0). Cette publication contient des données brutes et désaisonnalisées, révisées de 1972 à 1979, des sections sur les définitions, les concepts de classement, la méthodologie ainsi que des renseignements sur la fiabilité des données.

Résultats d'exploitation - Commerce de détail. H.S. Bil. 29 pages. Premier numéro, 1974.

Les bulletins de la série des Résultats de l'exploitation contiennent des ratios (pourcentages des ventes nettes) pour les achats, les stocks, le coût des biens vendus, les bénéfices bruts, les dépenses d'exploitation et les bénéfices nets.

Catalogue

The following reports on Operating Results are available.

- 63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1979
- 63-604 Independent Women's Retail Clothing Stores, 1975
- 63-605 Independent Retail Hardware Stores, 1976
- 63-606 Retail Shoe Stores, 1977
- 63-607 Retail Drug Stores, 1978
- 63-608 Retail Florists, 1979
- 63-609 Independent Retail Jewellery Stores, 1978
- 63-610 Retail Hardware Stores, 1980
- 63-611 Women's Retail Clothing Stores, 1980
- 63-612 Retail Family Clothing Stores, 1980

. - Monthly A.- Annual Bil.- Bilingual
.- Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available free on request from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue

Les publications suivantes sur les résultats d'exploitation sont maintenant disponibles.

- 63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1979
- 63-604 Magasins indépendants de vente au détail de vêtements pour dames, 1975
- 63-605 Magasins indépendants de vente au détail de quincaillerie, 1976
- 63-606 Magasins de vente au détail de chaussures, 1977
- 63-607 Pharmacies au détail, 1978
- 63-608 Magasins de fleuristes, vente au détail, 1979
- 63-609 Magasins indépendants de vente au détail de bijouterie, 1978
- 63-610 Magasins de vente au détail de quincaillerie, 1980
- 63-611 Magasins de vente au détail de vêtements pour dames, 1980
- 63-612 Magasins de vente au détail de vêtements pour la famille, 1980

M. - Mensuel A.- Annuel Bil.- Bilingue
H.S. - Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et social du Canada. On peut se procurer gratuitement un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Department store sales and stocks

July 1983

Ventes et stocks des grands magasins

Juillet 1983



Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Merchandising and Services Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V4 (Telephone: 996-9304) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (992-4734)	Edmonton (420-3027)
Toronto (966-6586)	Vancouver (666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	Zenith 0-7037
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
British Columbia (South and Central)	112-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by Northwest Inc.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories (area served by Northwest Inc.)	Zenith 2-2015

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales and Services, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V7.

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingué et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division du commerce et des services,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V4 (téléphone: 996-9304) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (992-4734)	Edmonton (420-3027)
Toronto (966-6586)	Vancouver (666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	Zénith 0-7037
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
Colombie-Britannique (sud et centrale)	112-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la Northwest Inc.)	Zénith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la Northwest Inc.)	Zénith 2-2015

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes et de la distribution des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V7.

Statistics Canada
Merchandising and Services Division
Retail Trade Section

Department store sales and stocks

July 1983

Statistique Canada
Division du commerce et des services
Section du commerce de détail

Ventes et stocks des grands magasins

Juillet 1983

Published under the authority of
the Minister of Supply and
Services Canada

Statistics Canada should be credited when
reproducing or quoting any part of this document

© Minister of Supply
and Services Canada 1983

October 1983
5-3406-503

Price: Canada, \$3.15, \$31.50 a year
Other Countries, \$3.80, \$37.80 a year

Catalogue 63-002, Vol. 48, No. 7

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par
le ministre des Approvisionnements et
Services Canada

Reproduction ou citation autorisée sous réserve
d'indication de la source: Statistique Canada

© Ministre des Approvisionnements
et Services Canada 1983

Octobre 1983
5-3406-503

Prix: Canada, \$3.15, \$31.50 par année
Autres pays, \$3.80, \$37.80 par année

Catalogue 63-002, vol. 48, n° 7

ISSN 0380-7045

Ottawa

SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or, in this publication less than half unit expressed.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the CANSIM staff, Current Economic Analysis Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-995-7406), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

SIGNES CONVENTIONNELS

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou, dans la présente publication, inférieur à la moitié de l'unité exprimée.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrice n° 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel CANSIM, Division de l'analyse de conjoncture, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-995-7406), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

TABLE OF CONTENTS

	Page
Introduction	vii
Definitions	viii
Methodology	ix
Data Reliability	x
Non-sampling Errors	x
Non-sampling Error Measures	xi
Seasonal Adjustment	xiii
Constant Dollar Estimates	xiv
Data Confidentiality	xvi
Explanatory Notes	xvi
Charts	
Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983	xviii
Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983	xviii
Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1981-1983	xix
Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1981-1983	xx
Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1981-1983	xx
Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization	xxi
Highlights	xxiii
Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983	2

TABLE DES MATIÈRES

	Page
Introduction	vii
Définitions	viii
Méthodologie	ix
Fiabilité des données	x
Erreurs non liées à l'échantillonnage	x
Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage	xi
Désaisonnalisation	xiii
Estimations en dollars constants	xiv
Confidentialité des données	xvi
Notes explicatives	xvi
Graphiques	
1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1981-1983	xviii
2. Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1981-1983	xviii
3. Ventes des grands magasins et commerce de détail Total, par mois, Canada, 1981-1983	xix
4. Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1981-1983	xx
5. Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983	xx
6. Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisation	xxi
Points saillants	xxiii
Tableau	
1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	2

TABLE OF CONTENTS - Continued

TABLES DES MATIÈRES - suite

	Page
Table	
2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983	4
3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983	6
4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	6
5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983	8
6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	8
7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983	10
8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	10
9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983	12
10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	12
11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983	14
12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	14
13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983	16
14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	16
15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983	18
16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983	19

	Page
Tableau	
2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1982 et 1983	
3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1982 et 1983	
4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	
5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983	
6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	
7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983	
8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	
9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1982 et 1983	
10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	
11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983	
12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	
13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983	
14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	
15. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	
16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1982 et 1983	

TABLE OF CONTENTS - Concluded

	Page
7. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	19
8. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983	20
9. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	20
10. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983	21
11. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	21
12. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1981-1983	22
13. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981-1983	23
14. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, 1982 and 1983	24
15. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983	26
16. Department Store Monthly Stock-Sales Ratios, by Department, Canada, 1982 and 1983	28
17. Department Store Monthly Sales-Stock Ratios, by Department, 1982 and 1983	30
18. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted, Canada, 1981-1983	32
19. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983	32
20. Department Store Sales and Stocks MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1983	34
21. List of Department Store Organizations	36
22. Selected Publications	37

TABLES DES MATIÈRES - fin

	Page
Tableau	
17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	19
18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983	20
19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	20
20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983	21
21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	21
22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1981-1983	22
23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1981-1983	23
24. Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	24
25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1982 et 1983	26
26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	28
27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	30
28. Montants à recevoir, non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983	32
29. Montants à recevoir, désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983	32
30. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1983	34
Liste des organisations de grands magasins	36
Choix de publications	37

INTRODUCTION

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services. A "List of Department Store Organizations" can be found at the end of this publication.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Merchandising and Services Division, to be utilized. (The census also measures the activities of "establishments", however, this concept is not used in the monthly survey of department stores.) Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. For example, non-department store locations are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure with the catalogue sales activity of department store organizations classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its leased departments, if any, is considered to be a total unit; that is, it competes in the market place as one structure, rather than as a number of smaller stores.

INTRODUCTION

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971. La "Liste des organisations de grands magasins" est donnée à la fin de cette publication.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division du commerce et des services. (Le recensement mesure également les activités des "établissements", toutefois cette unité d'observation n'est pas utilisée dans l'enquête mensuelle sur les grands magasins.) En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les firmes déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les rayons de concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement unique et non comme un regroupement de petits magasins.

Definitions

Retail Location

A retail location, as defined by Statistics Canada, is a business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public for household or personal consumption.

Department Store

A retail location is defined as a department store outlet if it possesses the following characteristics. It must sell the following general lines of merchandise:

Family clothing and apparel. This commodity group is composed of some or all of the following lines: women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms; women's and misses' coats and suits; women's and misses' sportswear; furs; infants' and children's wear; girls' and teenage wear; lingerie and women's sleepwear; intimate apparel; millinery; women's and girls' hosiery; women's and girls' gloves, mitts and accessories; women's, misses' and children's footwear; men's clothing; men's furnishings; boys' clothing and furnishings; men's and boys' footwear. **Note:** The outlet must sell at least six of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being men's and boys' clothing or furnishings. At least 20% of the outlet's total sales must be derived from the family clothing and apparel group.

Furniture, appliance and home furnishings. This commodity group is composed of some or all of the following lines: linens and domestics; china and glassware; home furnishings; furniture, wooden and upholstered goods for living room, dining room and bedroom; major appliances; television, radio and music; hardware and housewares. **Note:** The outlet must sell at least four of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being furniture (wooden and upholstered goods for dining room and/or living room and/or bedroom). At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the furniture, appliance and home furnishings group.

All other (miscellaneous). This category includes all commodities sold by the outlet but not shown above, such as: toiletries, cosmetics and drugs; photographic equipment and supplies; piece goods; notions and smallwares; jewellery; sporting goods and luggage; stationery, books and magazines; and food. **Note:** The outlet must sell at

Définitions

Point de vente au détail

Suivant la définition de Statistique Canada un point de vente au détail est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle.

Grand magasin

Un point de vente au détail est un grand magasin s'il possède les caractéristiques suivantes:

Vêtements pour la famille. Ce groupe comprend les articles suivants: robes pour dames et jeunes filles, robes de ménage, tabliers et uniformes; manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles; vêtements de sport pour dames et jeunes filles; fourrures; vêtements de bébés et d'enfants; vêtements de fillettes et d'adolescentes; lingerie et vêtements de nuit pour dames; sous-vêtements; chapeaux; bas pour dames et fillettes; gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes; chaussures pour dames, jeunes filles et enfants; vêtements pour hommes; articles d'habillement pour hommes; vêtements et articles d'habillement pour garçons; chaussures pour hommes et garçons. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins six des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être les vêtements ou articles d'habillement pour hommes et garçons. Au moins 20% des ventes globales du magasin doivent provenir du groupe de vêtements pour la famille.

Meubles, appareils et articles d'ameublement ménager. Ce groupe comprend les articles suivants: literie et linge de maison; porcelaine; verrerie; articles d'ameublement ménager; meubles, de bois ou rembourrés, pour salle de séjour, salle à manger ou chambre à coucher; appareils, télévision, radio et musique; quincaillerie et articles de ménage. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins quatre des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être des meubles (de bois ou rembourrés pour salle à manger et (ou) salle de séjour et (ou) chambre à coucher). Au moins 10 % des ventes globales du magasin doivent provenir du groupe des meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.

Tous autres articles (divers). Cette catégorie comprend toutes les marchandises que tient le magasin, mais qui ne figurent pas ci-dessus. **telles que:** articles de toilette, cosmétiques, médicaments; appareils et fournitures photographiques; tissus à la pièce; mercerie et menus articles; bijouterie; articles de sport et valises; papeterie, livres et revues; et aliments.

At least three different commodity lines with not one of these lines representing more than 50% of the **total** store sales. At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the all other or miscellaneous groups.

Total net sales and receipts are defined as the total sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, restaurant and other services, less returns, adjustments and discounts. Trade-in allowances are not deducted. Commissions earned from the sales of goods owned by others and proprietors' withdrawals of goods (at retail) for personal use are included. Non-trading revenues, bad debts recovered and direct sales taxes are excluded.

Stocks are defined as the selling value of inventory on hand at the end of the month or as at the end of the fiscal period falling nearest the end of the calendar month.

Accounts receivable are defined as customers' accounts and notes receivable as at the end of the month, as well as all new credit granted during the month, less payments received. Accounts discounted with banks, paper sold to sales finance companies, or amounts owing on account of credit-card plans, are excluded. Accounts receivable used as security for bank loans are not considered as discounted if still payable and are therefore included.

Junior Department Stores are defined as retailing entities which sell the same wide range of goods (see department store definition) that are sold in the more traditional (major) department stores and are popularly described as discount operations.

Methodology

The **monthly sales values**, published at the Canada, provincial and metropolitan area levels, are based on the universe of department and store organizations. A 100% response rate is aimed for each month with the publication usually delayed if large department store organizations have not responded in time. The monthly sales figures are estimated when necessary, due only to late response, by applying an imputation method which is unique to each organization.

The **monthly sales values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdown of sales. The percentage

Nota: Le magasin doit tenir au moins **trois** des séries mentionnées ci-dessus, dont aucune ne doit représenter plus de 50% des ventes **globales** du magasin. Au moins 10% des ventes globales du magasin doivent provenir des groupes tous autres articles ou divers.

Les **ventes et recettes nettes totales** sont définies comme le total des ventes de marchandises neuves et usagées et des recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres services, moins les rendus, les rajustements et les remises. La valeur des reprises n'est pas déduite. Les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel sont comptées. Les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente directes sont exclus.

Les **stocks** englobent la valeur marchande des stocks détenus à la fin du mois ou de la période financière la plus rapprochée.

Par **comptes à recevoir** on entend les comptes et billets à recevoir des clients à la fin du mois, ainsi que de tout nouveau crédit consenti au cours du mois, moins les paiements reçus. Les comptes escomptés à la banque, les titres vendus à des sociétés de financement des ventes et les montants dus en vertu d'un régime de cartes de crédit ne sont pas comptés. Les comptes à recevoir servant à garantir un emprunt bancaire ne sont pas considérés comme étant escomptés s'ils sont encore payables; ils sont donc inclus.

Les **grands magasins populaires** sont définis comme étant des points de ventes au détail qui offre la même vaste gamme d'articles (voir la définition d'un grand magasin) que les grands magasins traditionnels et qui sont généralement considérés comme des magasins à prix réduits.

Méthodologie

Le **chiffre des ventes mensuelles**, publié pour le Canada, les provinces et les régions métropolitaines, est établi en fonction de l'univers des sociétés de grands magasins. Puisque l'on vise chaque mois un taux de réponse de 100%, la publication est habituellement retardée si une grande firme n'a pas fait parvenir sa déclaration dans les délais prévus. Dans le cas d'une réponse tardive, il est possible de calculer un chiffre estimatif des ventes mensuelles grâce à une méthode d'imputation qui est unique à chaque firme.

Le **chiffre des ventes mensuelles par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes. La répartition en pourcentage des ventes

distributions of sales by department, calculated from the reporting organizations, are applied to the monthly Canada sales total in order to provide an estimate of sales by department at the Canada level.

The **monthly stock values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdowns of sales and stocks. A stock-to-sales ratio for each department, calculated from the reporting organizations, is applied to the corresponding department's monthly sales estimate in order to provide an estimate of stocks by department at the Canada level.

The **monthly accounts receivable values**, published at the Canada level, are based on a panel of department store organizations which are known to have accounts receivable. Data for late respondents are estimated by applying the monthly percentage change in accounts receivable, calculated from the reporting organizations, to the previous month's data of each organization that was late in reporting.

Data Reliability

Non-sampling Errors

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the organizations listed at the end of this publication. The survey can be considered as a complete census of the population under consideration and therefore not subject to sampling errors; however, even under a census situation, with a complete enumeration each month of all known department store locations, errors in published data can occur. These errors, called non-sampling errors, are present whether a sample or a complete census of the population is taken and can be attributed to one or more of the following sources:

Coverage error. This error can result from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

Data response error. This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses under different modes of communication.

par rayon obtenues auprès des firmes déclarantes est appliquée au chiffre mensuel des ventes totales pour le pays afin d'établir une estimation des ventes par rayon pour l'ensemble du Canada.

Le **chiffre des stocks mensuels par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise de ventes et des stocks. Pour chaque rayon, le rapport des ventes aux stocks (calculé à partir des déclarations des firmes) est appliqué à l'estimation des ventes mensuelles afin de produire une estimation des stocks pour le Canada.

Le **chiffre des comptes à recevoir mensuel** pour l'ensemble du pays provient des sociétés de grands magasins qui ont de tels comptes. Les données relatives aux enquêtes retardataires sont estimées comme suit: on calcule d'abord la variation en pourcentage des comptes à recevoir des firmes déclarantes, puis on la fait porter sur les chiffres du mois précédent de la firme retardataire.

Fiabilité des données

Erreurs non liées à l'échantillonnage

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins énumérées à la fin de cette publication. Étant donné qu'elle peut être considérée comme un recensement exhaustif de la population observée, elle ne risque pas de comporter des erreurs d'échantillonnage. Par contre, même les données publiées d'un recensement qui dénombre intégralement à chaque mois l'ensemble des points de vente connus des grands magasins peuvent être entachées d'erreurs. Celles-ci, dites non liées à l'échantillonnage, se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

Le champ couvert par l'enquête. L'erreur résulte d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

La réponse. Ici, l'erreur peut être attribuable à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou à des variations, d'un intervieweur à l'autre dans le mode de communication retenu, lorsqu'il s'agit d'expliquer des questions et d'interpréter les réponses.

non-response error. Some respondents may refuse to answer questions, some are unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally increases with increases in the non-response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

processing error. These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc.

Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control so that their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates in this publication all attempts have been made to minimize the non-sampling errors: department store locations have been defined in a most precise manner; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations; detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; and every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response error.

Non-sampling Error Measures

One source of non-sampling error is the non-response error. Text Table I assists users in evaluating this error. Two response measures are derived, namely, the **response rate**, which is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication and the **response fraction**, which is a measure of the response rate, and is the proportion of published data which is based upon final reported data.

The units used in the Department Store and Stocks Survey for derivation of response rate is based on (1) the survey units - the 10 provinces, the two territories and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations and (2) the organizational unit - the department store firm (company) themselves. For example, a department store firm reporting for 20 stores in Ontario would be considered as one survey

La non-réponse. Certains enquêtés refusent de répondre, tandis que d'autres en sont incapables et encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur les non-répondants, lorsque celles-ci existent. On ne connaît généralement pas l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure qu'augmente le taux de non-réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

Le traitement. L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération et la totalisation.

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. En outre, il faut les cerner de sorte qu'elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. En ce qui concerne les estimations du présent bulletin, tout a été mis en oeuvre afin de minimiser ce genre d'erreurs. Ainsi, les points de vente des grands magasins ont été définis avec beaucoup de précision; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum le nombre d'interprétations éventuelles; les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; enfin, on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage

Parmi les erreurs non liées à l'échantillonnage, on retrouve l'erreur de non-réponse. Le tableau explicatif I donne deux mesures de la réponse qui aideront l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. Le **taux de réponse** représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication. La **fraction de réponse**, par contre, est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés.

Les unités utilisées pour calculer le taux de réponse de l'enquête sur les ventes et les stocks des grands magasins est fondée sur (1) les unités d'enquête - soit les 10 provinces, les deux territoires et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente et (2) les unités organisationnelles - les sociétés des grands magasins elles-mêmes. Par exemple, une société de grands magasins qui produit une déclaration pour 20 magasins en Ontario est considérée comme une unité d'en-

unit and one organizational unit while a firm reporting for five stores in Vancouver, 10 in British Columbia (excluding Vancouver) and two in Yukon would be considered as three survey units but only one organizational unit.

The data variables under consideration for derivation of the **response fraction** are sales, stocks and accounts receivable.

Text Table I gives the reliability of the survey data with respect to the non-response error. The response rate is given as the percentage of survey units and the corresponding organizational units which have responded in time for inclusion in this publication. The response fraction is given as the percentage of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores. For example, a cell of 20 organizational units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25% in terms of these units. If the five units represented \$8 million out of a published estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%. In cases such as these, the response rate alone would tend to underestimate the reliability of the estimate and both measures should be considered.

quête et une unité organisationnelle alors qu'une firme dont la déclaration porte sur cinq magasins à Vancouver, 10 en Colombie-Britannique (sauf Vancouver) et deux au Yukon représente trois unités d'enquête mais seulement une unité organisationnelle.

Les variables dont il faut tenir compte pour calculer la **fraction de réponse** sont les ventes, les stocks et les comptes à recevoir.

Le tableau explicatif I donne la fiabilité des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse. Le taux de réponse représente le pourcentage des unités d'enquête et des unités organisationnelles correspondantes qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans le présent bulletin. Par contre, la fraction de réponse constitue le pourcentage des données publiées qui sont fondées sur des renseignements effectivement déclarés par les grands magasins. Par exemple, le taux de réponse d'une cellule comportant 20 unités organisationnelles dont cinq répondent lors d'un mois donné atteindrait 25%. Cependant, si les cinq unités représentent 8 millions sur l'estimation publiée de \$10 millions, la fraction de réponse s'élèverait à 80%. Comme le taux de réponse aurait, à lui seul, tendance à déprécier la fiabilité de l'estimation dans un tel cas, il faudrait tenir compte de deux unités de mesure.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1983
July

TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1983
Juillet

	Response rate		Response fraction
	Taux de réponse		Fraction de réponse
	Survey units	Organizational units	
	Unités d'enquête	Unités organisationnelles	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	99.1	95.8	99.9
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	58.3	88.8
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	41.7	59.4
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	100.0	100.0

Seasonal Adjustment

Time series contain the elements essential to the description, explanation and forecasting of the behaviour of an economic phenomenon: "They are statistical records of the evolution of economic processes through time." (1) In using time series to observe economic activity, economists and statisticians have identified four characteristic behavioural components: the long-term movement or trend, the cycle, the seasonal variations and the irregular (fluctuations). These movements are caused by various economic, natural or institutional factors. The seasonal variations occur periodically on a more or less regular basis over the course of the year as a result of seasonal changes in weather, statutory holidays and other events which occur at fairly regular intervals and thus have a major impact on the rate of economic activity.

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X-11-ARIMA seasonal adjustment method (2) to seasonally adjust its time series. This method minimizes the impact of seasonal variations on the series and essentially consists of adding one year of raw data onto each end of the original series before it is seasonally adjusted per se. The estimated factors are derived from forecasts and backcasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

The X-11 part of the X-11-ARIMA program does primarily the ratio-to-moving average method to smooth the modified series and obtain a preliminary estimate of the trend-cycle, to calculate the ratios of the original series (fitted) to the estimates of the trend-cycle and to estimate the seasonal factors from these ratios. The final seasonal factors are produced only after these operations have been repeated several times. (3) These procedures, used to determine the seasonal factors necessary to calculate the final seasonally adjusted series, are, since May 1983, executed every month instead of once a year. This permits

"A Note on the Seasonal Adjustment of Economic Time Series," **Canada Statistical Review**, August 1974.

²For further information see the **X-11-ARIMA Seasonal Adjustment Method**, by Estella Bee Dagum, Statistics Canada, Catalogue 12-564E, Occasional.

³See next page.

Désaisonnalisation

Les séries temporelles ou chronologiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. "Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps" (1). L'observation par les économistes et les statisticiens de l'activité économique à l'aide des séries temporelles a donc permis de distinguer quatre composantes principales du comportement des séries temporelles: la tendance à long terme ou trend, le mouvement cyclique, les variations saisonnières et les fluctuations irrégulières ou accidentelles. Ces mouvements sont causés par différents facteurs, soit économiques, naturels ou institutionnels. Les variations saisonnières sont les fluctuations périodiques plus ou moins régulières qui se produisent au cours d'une année en raison du cycle météorologique normal, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles avec une certaine régularité pour influencer de façon significative le taux d'activité.

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et de produire une meilleure prédiction, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI (2) afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. Cette technique consiste essentiellement à ajouter une année de données brutes à chacune des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolations prospectives et retrospectives réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressifs à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

La partie X-11 du programme X-11-ARMMI fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série modifiée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, pour calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle et pour estimer les facteurs saisonniers à partir de ces dits rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises (3). Ces étapes déterminant les facteurs saisonniers nécessaires au calcul des données désaisonnalisées finales, sont depuis mai 1983, exécutées à chaque mois au lieu d'une seule fois par an. Il nous est donc possible de mettre

(1) La désaisonnalisation des séries temporelles économiques: quelques remarques; tiré à part de la **Revue statistique du Canada**, Août 1974.

(2) Pour plus ample information voir **La méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI**, par Estella Bee Dagum, Statistique Canada, no. 12-564F au catalogue, hors série.

(3) Voir page suivante.

us to update each month the reference series from which we derive the final estimations of the seasonal factors with the previous month's revised data. However, in order to obtain the preliminary seasonally adjusted value for the current month's sales, a projected seasonal factor is used (derived from previous month's data.)

While seasonal adjustment permits a better understanding of the underlying trend-cycle of a series, the seasonally-adjusted series still contains an irregular component. Slight month-to-month variations in the seasonally adjusted series may be simple irregular movements; to get a better idea of the underlying trend, then, users must examine several months of seasonally adjusted series.

To assist the user, the Months of Cyclical Dominance number, MCD, is provided.(3) The MCD is the shortest monthly span for which a certain ratio becomes and remains less than one, that is, the ratio for which the absolute average percentage change of the trend-cycle of the seasonally adjusted series becomes greater than the absolute average percent change of the irregular component. The MCD can be interpreted as the number of months over which a change in the seasonally adjusted series must move in a given direction before one can be reasonably certain that the trend-cycle of that series also has moved in the given direction. Clearly small MCD's are desirable and indicative of a smooth series. Applying a moving average to the seasonally adjusted data of MCD length tends to smooth irregular movements which may obscure the underlying trend-cycle. The MCD moving average provides a method of reducing all types of series to approximately the same degree of smoothness whatever the size of the irregular component in the original series.

Constant Dollar Estimates

To obtain constant dollar estimates of total department store sales (Text Table II), estimates of sales by department group are deflated using department group implicit price indices supplied by the Industry Product Division of Statistics Canada. These deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars. The published price index is an implicit index calculated by dividing the total current dollar sales estimate by the total constant dollar sales estimate.

(3) See Tables 30.

à jour mensuellement les séries de référence de lesquelles on dérive les estimations finales des facteurs saisonniers, en employant les données les plus récentes disponibles. Toutefois, afin d'obtenir la valeur préliminaire des ventes désaisonnalisées pour le mois courant, on utilise une prévision du facteur saisonnier fondée sur les données disponibles le mois précédent.

Bien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent n'être que de simples mouvements irréguliers; pour avoir une meilleure idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

À cette fin, on retient l'usage des mois de dominance cyclique, ou MDC.(3) Il s'agit du plus petit nombre de mois pour lesquels un certain rapport devient et reste inférieur à l'unité. Autrement dit, il s'agit de la période pendant laquelle le taux de variation moyen absolu de la tendance-cycle de la série désaisonnalisée est supérieur à celui de la composante irrégulière. Le MDC peut être considéré comme le nombre de mois que doit durer une variation de la série désaisonnalisée dans une direction donnée avant qu'on puisse être raisonnablement certain que la tendance-cycle de la série évolue dans la même direction. Ainsi, un MDC peu élevé est souhaitable puisqu'il indique la présence d'une série lisse. L'application d'une moyenne mobile aux données désaisonnalisées de période égale au MDC tend à lisser les mouvements irréguliers pour dissimuler la tendance-cycle fondamentale. La méthode de la moyenne mobile du MDC permet de réduire tous les genres de série à peu près au même niveau de lissage, quelle que soit la taille de la composante irrégulière dans la série initiale.

Estimations en dollars constants

Afin d'obtenir la valeur estimative de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants (tableau explicatif II), les estimations des ventes relatives aux principaux groupes de départements sont dégonflées au moyen d'indices implicites de prix appropriés fournis par la Division du produit industriel de Statistique Canada. Les estimations de ces groupes de ventes ainsi dégonflées sont par la suite totalisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants. L'indice des prix qui est publié est un indice implicite obtenu en divisant le chiffre estimé des ventes totales en dollars courants par l'estimation correspondante en dollars constants.

(3) Voir les tableaux 30.

EXT TABLE II. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1981-1983

TABLEAU EXPLICATIF II. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1981-1983

Period	Price index	Current dollars unadjusted	Year/year per cent change	Constant 1971 dollars unadjusted	Year/year per cent change
Période	Indice des prix	Dollars courants non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1971 non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année
		'000	%	'000	%
1981:					
January - Janvier	185.2	643,821	+ 14.5	347,636	+ 4.0
February - Février	189.3	568,767	+ 9.1	300,458	- 0.7
March - Mars	190.0	688,718	+ 11.3	362,483	+ 2.0
April - Avril	192.1	793,595	+ 16.0	413,116	+ 6.4
May - Mai	193.5	822,881	+ 7.1	425,261	- 1.0
June - Juin	193.3	835,934	+ 20.8	432,454	+ 12.0
July - Juillet	193.2	757,743	+ 6.8	392,207	- 1.5
August - Août	195.2	786,492	+ 7.5	402,915	- 0.9
September - Septembre	195.7	848,390	+ 5.3	433,516	- 2.6
October - Octobre	198.1	892,549	+ 8.3	450,555	- 0.6
November - Novembre	199.0	1,036,498	+ 4.6	520,853	- 3.1
December - Décembre	198.1	1,542,685	+ 5.8	778,741	- 1.7
Year - Année	194.3	10,218,073	+ 9.1	5,260,195	+ 0.6
1982:					
January - Janvier	198.6	600,051	- 6.8	302,140	- 13.1
February - Février	204.8	578,049	+ 1.6	282,250	- 6.1
March - Mars	204.1	694,137	+ 0.8	340,097	- 6.2
April - Avril	206.4	788,971	- 0.6	382,253	- 7.5
May - Mai	208.5	813,933	- 1.1	390,376	- 8.2
June - Juin	207.4	790,853	- 5.4	381,318	- 11.8
July - Juillet	205.7	763,949	+ 0.8	371,390	- 5.3
August - Août	207.2	775,727	- 1.4	374,386	- 7.1
September - Septembre	205.2	861,179	+ 1.5	419,678	- 3.2
October - Octobre	208.1	859,187	- 3.7	412,872	- 8.4
November - Novembre	208.8	1,073,558	+ 3.6	514,156	- 1.3
December - Décembre	208.4	1,608,478	+ 4.3	771,822	- 0.9
Year - Année	206.5	10,208,072	- 0.1	4,942,738	- 6.0
1983:					
January - Janvier	206.6	623,426	+ 3.9	301,755	- 0.1
February - Février	213.2	604,104	+ 4.5	283,351	+ 0.4
March - Mars	211.9	787,578	+ 13.5	371,674	+ 9.3
April - Avril	215.4	775,268	- 1.7	359,920	- 5.8
May - Mai	215.8	840,268	+ 3.2	389,373	- 0.3
June - Juin	214.9	920,164	+ 16.4	428,182	+ 12.3
July - Juillet	..	813,792	+ 6.5
August - Août
September - Septembre
October - Octobre
November - Novembre
December - Décembre
Year - Année

Data Confidentiality

Statistics Canada is prohibited by law from publishing any statistics which would divulge information relating to any identifiable business without the previous consent in writing of that business(4). The disclosure of data likely to reveal specific information on the activity of a particular company is therefore systematically and rigorously controlled and regulated to prevent the publication or disclosure of any information deemed confidential. The rules regarding the confidentiality of parts of the results of merchandising surveys are therefore applied in such a way that no data are shown for cells (or statistical units) composed of fewer than three companies or of three or more if these are dominated by one or two companies. Then, in the publication itself, the information is withheld on this designated cell by entering an "X" in the appropriate boxes.

Another way of preserving data confidentiality without having to enter an "X" is to combine (consolidate) the information from selected regions (or selected cells) for the same item. The data in question can then simply be aggregated and published in a less detailed, but still confidential, form. For example, in many cases the data for the Northwest Territories and the Yukon are included with the British Columbia data.

The rigorous application of these rules preserves the confidentiality of the information and ultimately has little effect on the dissemination of merchandising survey results.

Explanatory Notes

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios(5) are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

(4) See Section 16 of the Statistics Act (Chapter 15), entitled "Secrecy".

(5) See Table 26.

Confidentialité des données

La loi interdit à Statistique Canada de diffuser au grand public des données qui pourraient servir à identifier une entreprise ou certaines de ses caractéristiques, sans avoir obtenu au préalable l'autorisation écrite de cette dernière(4). Ainsi, le dévoilement de données susceptibles de révéler des renseignements précis sur l'activité d'une entreprise particulière est systématiquement contrôlé suivant des dispositions strictes de telle sorte qu'aucun renseignement jugé secret ne soit publié ou divulgué. L'application des règles sur le caractère secret d'une partie des résultats des enquêtes sur le commerce s'établit donc de manière à ce qu'aucune donnée ne soit révélée pour des cellules (ou unités statistiques) composées de moins de trois compagnies, ou encore de trois ou plus lorsque celles-ci sont dominées par une ou deux compagnies. Par la suite l'information concernant ces cellules est dissimulée en inscrivant un X aux différents postes visés dans la publication.

Une autre façon de préserver le caractère confidentiel de l'information sans pour autant avoir à mettre des "X", consiste à grouper (consolider) pour certaines régions (ou certaines cellules) l'information d'un même poste. Il suffit alors d'agréger les données visées et de les présenter sous une forme moins détaillée mais qui respecte la consigne de confidentialité. Par exemple dans bien des cas, les données relatives aux Territoires du Nord-Ouest et du Yukon sont incluses avec celles de la Colombie-Britannique.

Ainsi, par l'application rigoureuse de ces règles, le caractère privé de l'information est préservé et n'affecte que très marginalement le fin de compte la diffusion des résultats des enquêtes sur le commerce.

Notes explicatives

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication est fondée sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elle tient compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elle ne se limite pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient les ratios stocks-ventes(5) en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

(4) Voir l'article 16, intitulée Secret, du chapitre 15 de la Loi sur la statistique.

(5) Voir tableau 26.

The sales-stocks ratios(6) are derived by dividing the dollar volume of the sales for each month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the January issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks are published yearly in the March issue of this publication. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The number of shopping days that this publication is based on varies from month to month. See Text Table III for the number of shopping days the current publication is based on.

See Table 27.

On obtient les ratios ventes-stocks(6) en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement.

La liste de référence des marchandises, qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de janvier.

Les chiffres révisés des ventes et des stocks des grands magasins sont publiés chaque année dans le numéro de mars du présent bulletin. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Le tableau explicatif III donne le nombre de jours pour la période la plus récente.

(6) Voir tableau 27.

TABLE III. Number of Shopping Days, by Month, 1982 and 1983

TABLEAU EXPLICATIF III. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1982 et 1983

	1983		1982	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	25	4	25	5
February - Février	24	4	24	4
March - Mars	27	4	27	4
April - Avril	25	5	25	4
May - Mai	25	4	26	5
June - Juin	26	4	26	4
July - Juillet	25	5	26	5
August - Août	26	4	26	4
September - Septembre	25	4	25	4
October - Octobre	25	5	25	5
November - Novembre	26	4	26	4
December - Décembre	26	5	26	3

Chart — 1

Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981 – 1983

Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1981 – 1983

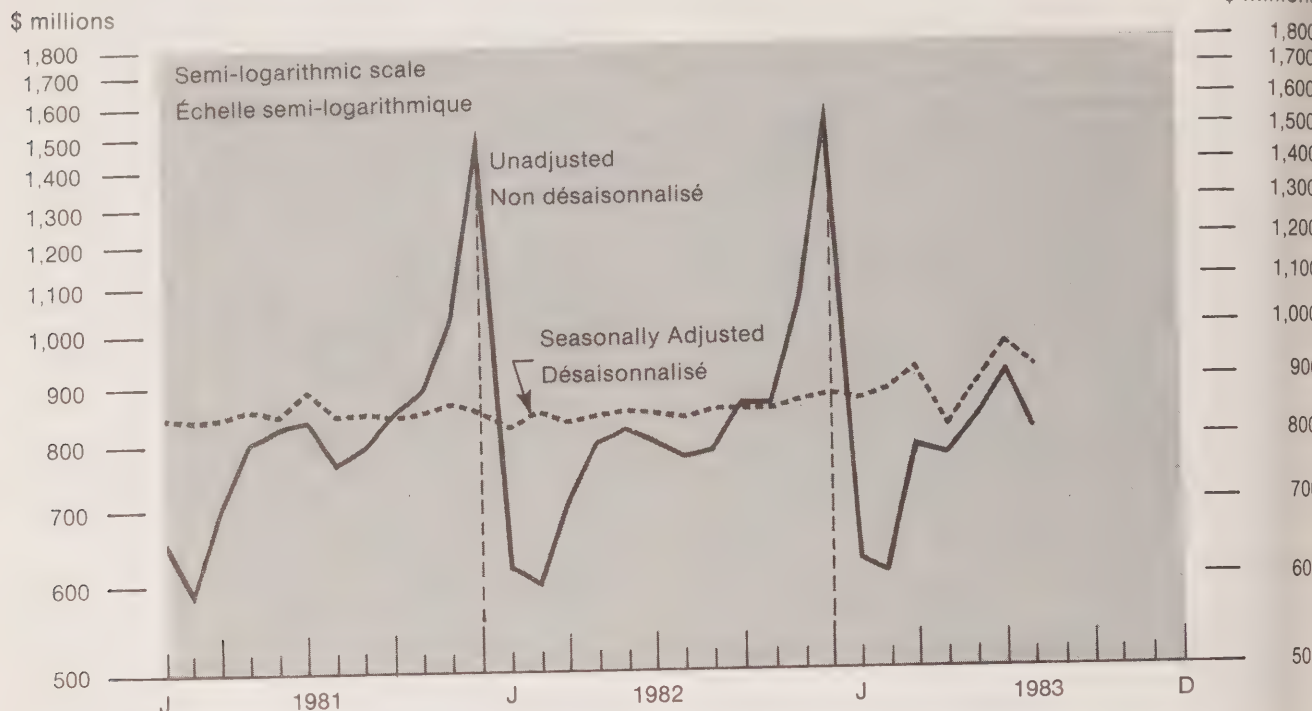
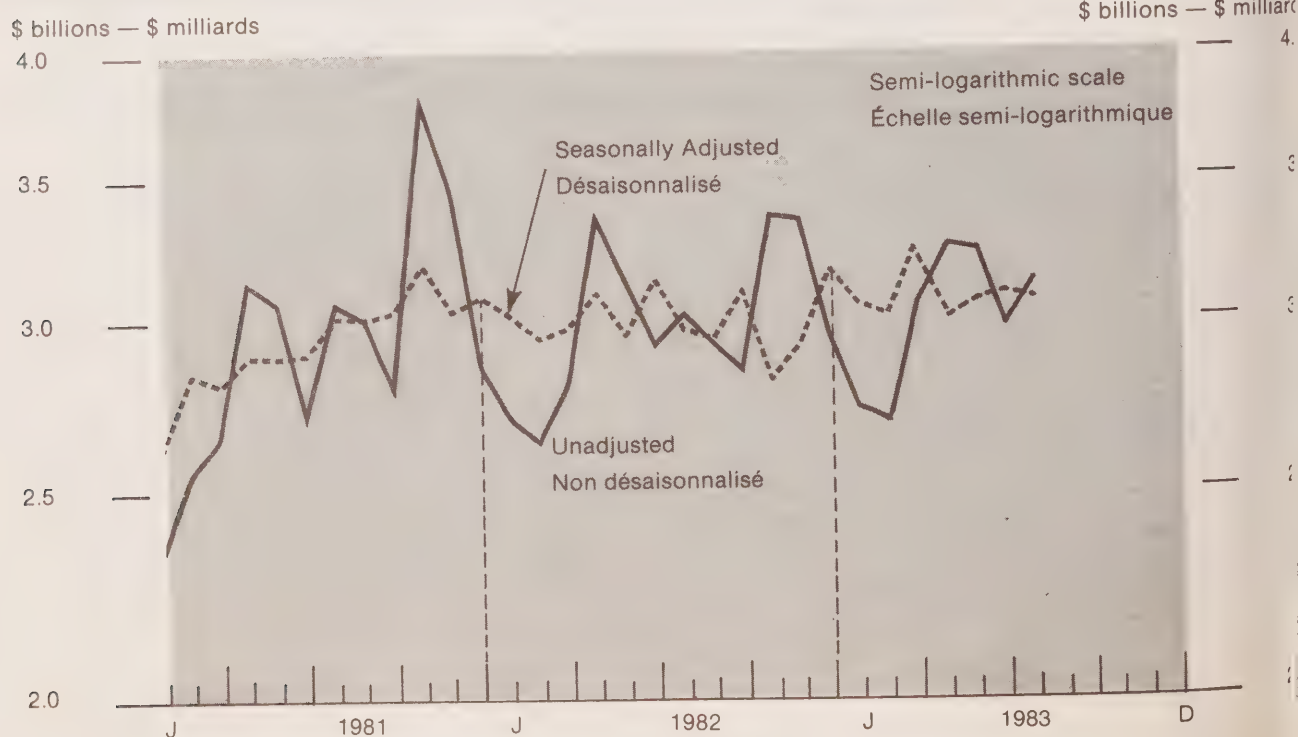


Chart — 2

Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981 – 1983

Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1981 – 1983



billions

milliards

\$ billions

\$ milliards

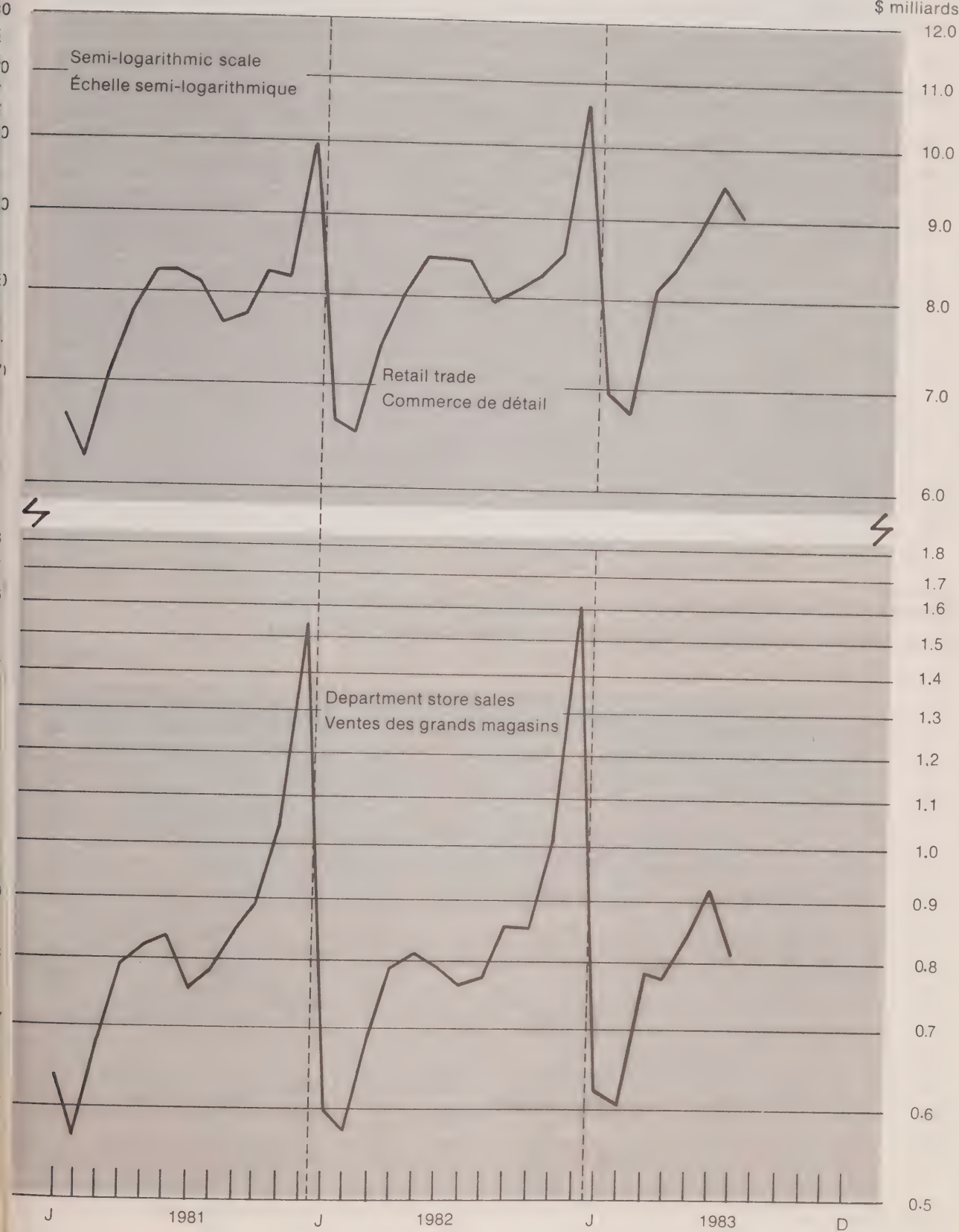
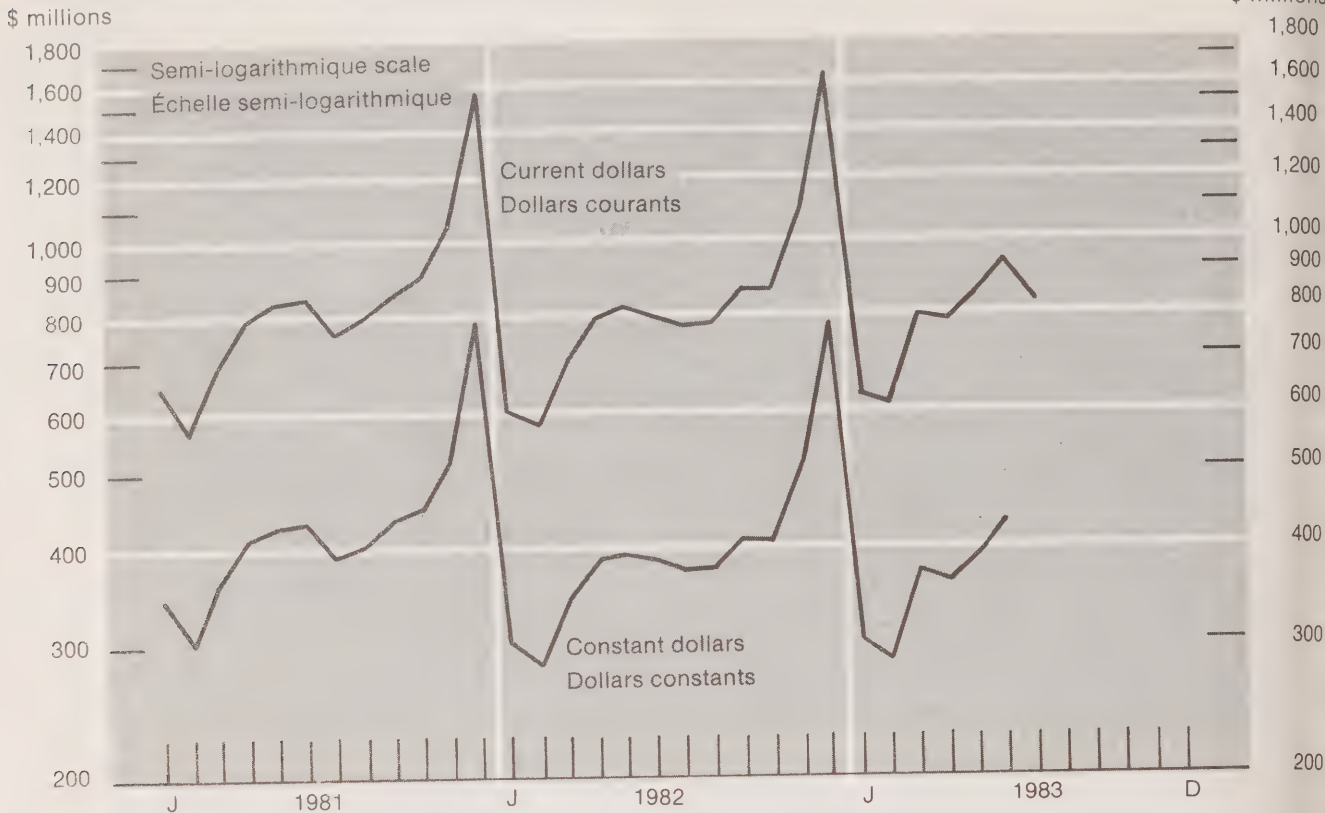


Chart — 4

Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1981 – 1983
 Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1981 – 1983



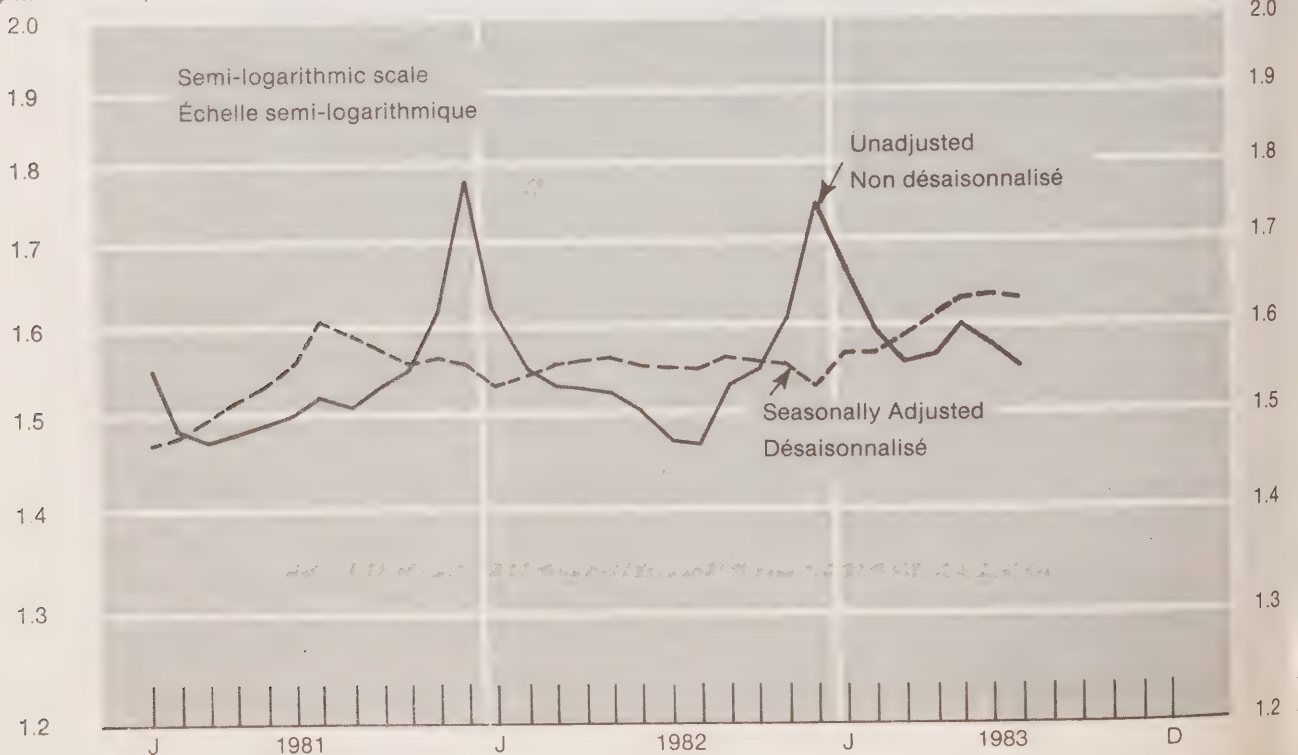
Graphique — 5

Chart — 5

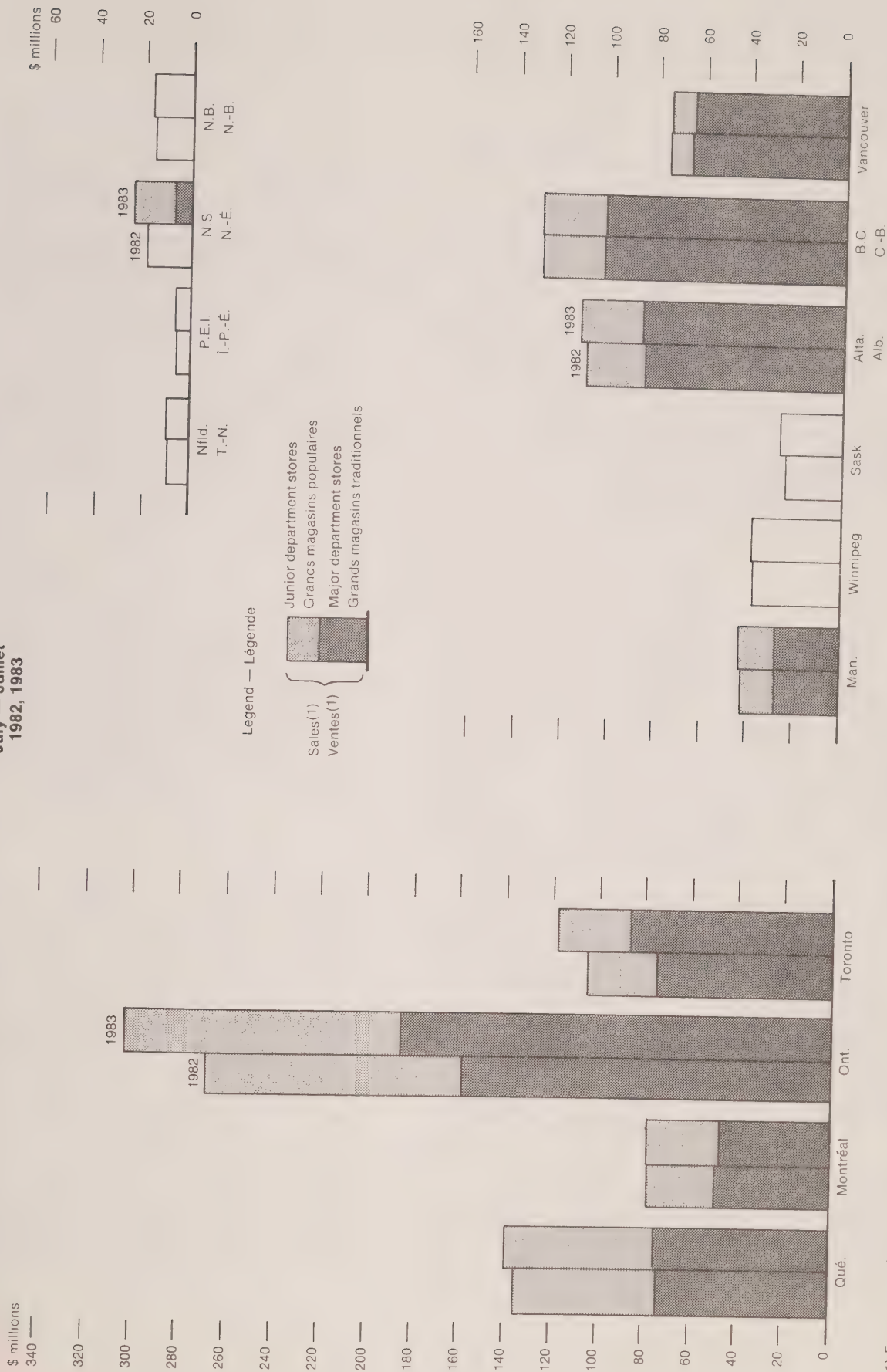
Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1981 – 1983
 Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981 – 1983

\$ milliards - \$ billions

\$ milliards - \$ billions



July — Juillet
1982, 1983



(1) For reasons of confidentiality, the split between the two groups (Major-Junior) is not shown for some regions.
(1) Pour des raisons de confidentialité, nous ne mentionnons pas pour certaines régions la subdivision en deux groupes (Traditionnels-Populaires).

HIGHLIGHTS

Seasonally adjusted sales

Department store sales, seasonally adjusted, were 3.6% lower in July 1983 than in June 1983, and totalled \$929.5 million. Compared to the previous month, sales were lower in 28 of the 40 departments surveyed, with the largest decreases in furs (-19.9%), women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms (-19.7%) and women's and misses' sportswear (-16.8%). On the other hand, furniture (-19.5%), floor coverings (+13.8%) and china and glassware (+8.1%) recorded the largest increases.

Unadjusted sales

Total department store sales for July 1983, without seasonal adjustment, went up 5% over the same month last year to \$813.8 million. Among the 25 departments registering increased sales, major appliances (+41.4%), repairs and services (+39.7%) and furniture (+34.4%) were the departments showing the largest gains, while the highest drops were reported in furs (-36.8%), girls' and teenage girls' wear (-15.2%) and jewellery (-12.1%).

With the exception of the Yukon and Northwest Territories (-6.9%) which registered a sales decrease compared to a year earlier, all the remaining provinces showed department store sales increases with gains ranging from 0.2% in British Columbia to 25.5% in Nova Scotia. Of the 10 metropolitan areas covered by the survey, eight cities recorded increased sales compared with the same month a year earlier with the largest increase in Halifax-Dartmouth (+38.7%), while Calgary (-3.0%) and Vancouver (-1.2%) reported decreased sales.

In July 1983, major department store organizations had sales of \$510.5 million, up 6.9% over the same month the previous year, while junior department store organizations sales were 5.9% higher with \$303.3 million.

POINTS SAILLANTS

Ventes désaisonnalisées

Les ventes des grands magasins, corrigées en fonction des variations saisonnières, ont été de 3.6% inférieures en juillet 1983 à celles enregistrées en juin 1983, et elles ont totalisé \$929.5 millions. Par rapport au mois précédent, les ventes ont diminué dans 28 de 40 rayons enquêtés parmi lesquels on a constaté les plus fortes baisses pour les rayons des fourrures (-19.9%), de robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles (-19.7%) et de vêtements sport pour dames et jeunes filles (-16.8%). D'autre part, les rayons des meubles (+19.5%), de revêtements de plancher (+13.8%) et de porcelaine et verrerie (+8.1%) ont indiqué les hausses les plus remarquables.

Ventes non-désaisonnalisées

Le total des ventes des grands magasins en juillet 1983, sans ajustements saisonniers, s'est accru de 6.5% par rapport au mois correspondant l'an passé pour s'élever à \$813.8 millions. Des 25 rayons qui ont signalé des hausses de ventes, se sont les rayons d'appareils ménagers (+34.4%), de services et travaux de réparation (+39.7%) et de meubles (+34.4%) qui ont enregistré les accroissements les plus importants tandis que les chutes les plus notables ont été rapportées pour les rayons des fourrures (-36.8%), de vêtements de fillettes et d'adolescentes (-15.2%) et de bijouterie (-12.1%).

À l'exception du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest (-6.9%) qui ont enregistré une baisse des ventes comparativement à l'an passé, toutes les autres provinces ont montré des hausses de ventes variant de 0.2% en Colombie-Britannique à 25.5% en Nouvelle-Écosse. Des 10 régions métropolitaines couvertes par cette enquête, huit cités ont enregistré des ventes accrues par rapport à celles du mois correspondant l'an dernier parmi lesquelles Halifax-Dartmouth (+38.7%) a connu l'augmentation la plus élevée tandis que Calgary (-3.0%) et Vancouver (-1.2%) rapportaient des chutes de leurs ventes.

En juillet 1983, les ventes des organisations des grands magasins traditionnels se sont chiffrées à \$510.5 millions, soit 6.9% de plus que l'an dernier, alors que les organisations de grands magasins populaires ont pour leur part enregistré une hausse de 5.9% avec des ventes de \$303.3 millions.

Cumulative sales for the first seven months of 1983 increased 6.7% and reached \$5,364.6 million.

In July 1983, there were 798 retail locations operated by department stores, five stores more than in July 1982. Of this number, 335 stores were operated by major department store organizations and 463 by the junior department store organizations.

In relation to total retail trade, department store sales in July 1983 accounted for 9.0% of all retail sales in Canada, a slight decrease over the 9.1% calculated in July 1982.

Stocks

The retail value of stocks held in July by department store organizations, not seasonally adjusted, increased 4.3% over the same month a year earlier to \$3,136.8 million. The seasonally adjusted value of July stocks was 1.8% lower than June 1983 at \$3,087.5 million.

Les ventes cumulatives pour les sept premiers mois de 1983 ont augmenté de 6.7% pour atteindre \$5,364.6 millions.

En juillet 1983, il y avait 798 points de vente opérés par les organisations de grands magasins, soit cinq de plus qu'en juillet 1982. De ce nombre, 335 magasins ont été opérés par les organisations de grands magasins et 463 par les grands magasins populaires.

En juillet 1983, les ventes des grands magasins ont compté pour 9.0% de l'ensemble des ventes au détail au Canada, soit un léger recul par rapport au 9.1% enregistré en juillet 1982.

Stocks

La valeur marchande des stocks détenus en juillet par les organisations de grands magasins, sans ajustements saisonniers, a augmenté de 4.3% par rapport au même mois un an plus tôt pour s'établir à \$3,136.8 millions. La valeur désaisonnalisée des stocks de juillet a reculé de 1.8% par rapport à celle de juin 1983 pour ainsi s'inscrire à \$3,087.5 millions.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983

No.	Department	1983							1982
		January	February	March	April	May	June	July	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Juillet
		thousands of dollars							
		milliers de dollars							
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	8,000	9,881	13,471	16,112	19,700	19,845	13,603	15,449
2	Women's and misses' coats and suits	10,723	10,458	15,580	14,203	8,559	6,324	6,200	6,852
3	Women's and misses' sportswear	28,150	33,825	46,361	45,564	53,968	56,195	42,293	42,244
4	Furs	4,549	3,129	2,185	888	265	507	1,102	1,743
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	16,675	16,265	21,393	20,181	20,894	22,096	19,934	20,556
6	Girls' and teenage girls' wear	8,145	10,262	17,871	13,778	14,364	14,684	11,191	13,197
7	Lingerie and women's sleepwear	10,209	11,139	13,859	14,299	16,315	18,332	15,129	15,374
8	Intimate apparel	7,304	6,903	9,839	10,031	10,127	11,519	9,573	9,309
9	Millinery	1,248	1,014	996	1,265	1,068	1,147	1,056	938
10	Women's and girls' hosiery	8,084	7,388	10,198	10,279	10,275	9,348	7,186	6,874
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	8,462	8,016	11,913	12,530	13,478	13,170	9,886	9,478
12	Women's, misses' and children's footwear	13,164	13,026	21,320	22,975	24,045	25,623	17,559	17,549
13	Men's clothing	20,728	20,022	33,035	30,355	28,958	36,956	24,291	24,911
14	Men's furnishings	22,542	22,525	32,921	31,197	35,442	53,679	33,979	31,427
15	Boys' clothing and furnishings	6,444	6,563	10,928	11,588	11,500	12,330	9,717	8,912
16	Men's and boys' footwear	8,868	9,036	14,514	14,667	15,377	17,997	13,017	11,611
17	Food and kindred products	47,381	58,103	56,030	56,437	57,065	51,993	49,537	50,750
18	Toiletries, cosmetics and drugs	37,336	37,530	44,134	43,159	44,391	45,218	43,100	40,738
19	Photographic equipment and supplies	9,261	8,365	10,481	10,264	11,237	14,196	13,340	13,725
20	Piece goods	3,456	3,554	4,753	4,123	4,364	4,380	3,662	3,587
21	Linens and domestics	28,304	16,064	22,030	22,807	23,457	30,297	28,701	26,568
22	Smallwares and notions	9,028	7,082	7,891	7,292	6,446	6,917	7,066	6,864
23	China and glassware	7,526	8,433	11,208	8,917	12,170	10,081	10,467	10,006
24	Floor coverings	9,403	9,453	13,007	11,602	11,751	12,583	13,920	11,687
25	Draperies, curtains and furniture coverings	10,267	10,307	13,881	14,587	15,618	16,771	16,049	15,151
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6,757	5,517	8,098	7,082	6,813	7,067	7,599	7,634
27	Furniture	38,133	30,277	42,496	36,181	45,869	47,511	58,663	43,652
28	Major appliances	33,665	27,750	36,223	32,836	39,210	53,928	58,752	41,539
29	Television, radio and music	35,142	28,086	37,902	29,958	31,154	32,163	35,899	30,261
30	Housewares and small electrical appliances	25,485	29,189	27,641	30,264	31,637	35,622	32,479	32,524
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	17,735	16,407	21,138	24,991	34,066	32,643	25,960	26,756
32	Plumbing, heating and building materials	7,215	7,741	8,596	10,769	12,333	15,973	13,417	11,770
33	Jewellery	9,595	11,087	15,406	15,614	17,180	18,072	14,677	16,690
34	Toys and games	8,046	9,298	13,446	14,515	14,056	15,753	16,345	13,441
35	Sporting goods and luggage	18,064	14,512	20,091	24,452	29,577	35,179	29,539	31,766
36	Stationery, books and magazines	19,259	19,368	24,920	22,491	22,491	25,105	22,438	19,920
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	12,734	11,080	15,085	16,239	18,953	20,334	17,292	18,442
38	Meals and lunches	18,021	16,954	20,384	19,454	19,412	21,151	20,508	19,650
39	Repairs and services	7,763	8,193	10,091	9,431	9,417	10,331	9,075	6,449
40	All other departments	20,555	20,302	26,262	31,891	37,266	37,144	29,591	27,910
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	623,426	604,104	787,578	775,268	840,268	920,164	813,792	763,940

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1982					Change - Variation		Rayon	N°
August	September	October	November	December	July/ June 1983	July 1983/1982		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juillet/ juin 1983	Juillet 1983/1982		
Thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
14,718	16,227	15,276	18,151	23,253	- 31.5	- 11.9	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
16,926	17,648	23,113	25,071	22,116	- 2.0	- 9.5	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
43,798	57,256	44,244	51,645	69,090	- 24.7	+ 0.1	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
1,743	2,674	4,132	5,917	6,303	+ 117.4	- 36.8	Fourrures	4
25,308	24,475	25,038	27,165	37,027	- 9.8	- 3.0	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
22,913	18,303	14,990	19,628	26,576	- 23.8	- 15.2	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
13,058	16,874	16,919	25,027	45,884	- 17.5	- 1.6	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
9,336	10,658	8,922	10,595	14,406	- 16.9	+ 2.8	Sous-vêtements	8
978	1,584	2,193	3,504	4,528	- 7.9	+ 12.6	Chapeaux	9
8,178	12,646	11,810	13,049	18,176	- 23.1	+ 4.5	Bas pour dames et fillettes	10
10,543	15,644	15,526	22,465	36,331	- 24.9	+ 4.3	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
22,023	28,574	26,119	31,052	30,873	- 31.5	+ 0.1	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
27,987	38,629	36,168	50,614	66,262	- 34.3	- 2.5	Vêtements pour hommes	13
32,121	39,796	37,995	57,827	110,234	- 36.7	+ 8.1	Articles d'habillement pour hommes	14
17,856	11,931	11,555	14,678	24,023	- 21.2	+ 9.0	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
13,385	17,166	15,228	20,556	24,274	- 27.7	+ 12.1	Chaussures pour hommes et garçons	16
16,782	49,303	54,758	67,523	81,194	- 4.7	- 2.4	Produits alimentaires et connexes	17
40,400	41,750	45,954	56,485	110,167	- 4.7	+ 5.8	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
13,203	12,750	12,113	15,643	32,585	- 6.0	- 2.8	Appareils et fournitures photographiques	19
4,435	5,491	5,524	5,561	4,666	- 16.4	+ 2.1	Tissus à la pièce	20
4,417	28,310	25,651	27,882	43,982	- 5.3	+ 8.0	Literie et linge de maison	21
7,498	10,608	9,814	10,960	12,620	+ 2.2	+ 2.9	Menus articles	22
9,216	12,425	10,762	16,440	35,009	+ 3.8	+ 4.6	Porcelaine et verrerie	23
0,399	11,558	13,841	14,117	11,645	+ 10.6	+ 19.1	Revêtements de plancher	24
3,148	13,458	14,406	16,323	18,340	- 4.3	+ 5.9	Tentures, rideaux et housses	25
7,202	8,516	8,908	12,727	21,127	+ 7.5	- 0.5	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
5,421	38,375	39,213	40,459	42,085	+ 23.5	+ 34.4	Meubles	27
2,335	38,400	40,446	42,784	43,480	+ 8.9	+ 41.4	Gros appareils ménagers	28
3,750	42,890	37,668	50,778	80,007	+ 11.6	+ 18.6	Télévision, radio et musique	29
0,419	31,966	35,420	43,025	79,674	- 8.8	- 0.1	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
2,921	23,160	27,832	25,786	35,503	- 20.5	- 3.0	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
1,851	9,471	10,139	10,333	12,214	- 16.0	+ 14.0	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
1,875	21,379	17,987	27,977	65,752	- 18.8	- 12.1	Bijouterie	33
1,188	12,368	20,835	44,461	80,677	+ 3.8	+ 21.6	Jouets et jeux	34
1,750	23,490	20,627	27,706	50,879	- 16.0	- 7.0	Articles de sport et valises	35
1,685	27,369	22,381	32,892	68,147	- 10.6	+ 12.6	Papeterie, livres et revues	36
1,974	15,262	19,495	22,207	22,701	- 15.0	- 6.2	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
1,627	19,986	20,067	23,939	32,413	- 3.0	+ 4.3	Repas et casse-croûtes	38
1,789	7,409	8,984	11,908	13,405	- 12.2	+ 39.7	Services et travaux de réparation	39
1,571	25,400	27,134	28,698	50,850	- 20.3	+ 6.0	Tous autres rayons	40
1,727	861,179	859,187	1,073,558	1,608,478	- 11.6	+ 6.5	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983(1)

Department	1983						
	January	February	March	April	May	June ^F	July ^P
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin ^F	Juillet ^P
No.	thousands of dollars						
	milliers de dollars						
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	14,131	15,198	15,564	14,465	15,341	17,661	14,174
2 Women's and misses' coats and suits	14,489	14,848	15,034	14,564	15,895	15,772	13,659
3 Women's and misses' sportswear	47,558	52,614	52,261	44,450	49,066	57,230	47,627
4 Furs	2,844	2,872	2,827	3,273	1,503	2,674	2,141
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	24,337	23,921	24,655	19,822	22,654	24,893	22,668
6 Girls' and teenage girls' wear	16,326	16,585	19,204	13,892	15,509	16,544	14,395
7 Lingerie and women's sleepwear	18,785	18,558	18,861	16,727	17,875	20,383	17,470
8 Intimate apparel	9,707	9,798	10,348	9,423	9,700	10,323	9,982
9 Millinery	1,690	1,781	1,711	1,708	1,733	1,878	1,844
10 Women's and girls' hosiery	10,141	10,280	10,967	9,802	10,764	10,985	10,745
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	14,824	14,328	15,459	14,300	15,167	15,887	15,066
12 Women's, misses' and children's footwear	22,540	23,396	23,283	20,850	22,541	26,635	23,223
13 Men's clothing	33,241	33,802	36,438	33,089	33,197	37,074	35,072
14 Men's furnishings	39,818	41,650	47,138	39,840	44,067	49,718	45,275
15 Boys' clothing and furnishings	12,164	12,228	13,496	11,427	12,983	14,401	13,094
16 Men's and boys' footwear	14,571	15,047	17,403	13,446	15,292	16,902	16,532
17 Food and kindred products	57,024	58,483	61,248	54,986	57,007	57,870	57,992
18 Toiletries, cosmetics and drugs	49,914	49,928	51,807	47,513	50,155	51,168	50,778
19 Photographic equipment and supplies	13,569	14,115	14,264	12,725	13,854	13,666	13,597
20 Piece goods	4,179	4,147	4,287	3,900	4,320	4,828	4,904
21 Linens and domestics	27,485	26,588	28,042	27,397	26,984	29,796	27,379
22 Smallwares and notions	8,512	8,369	8,603	8,081	8,572	8,883	8,835
23 China and glassware	11,784	13,897	14,421	11,345	13,992	12,328	13,322
24 Floor coverings	11,671	11,499	12,990	11,597	11,736	12,364	14,073
25 Draperies, curtains and furniture coverings	13,934	15,198	14,479	13,859	15,062	15,037	14,921
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	9,074	8,578	9,710	8,821	8,752	8,509	8,958
27 Furniture	38,614	39,805	44,010	38,757	42,345	43,453	51,905
28 Major appliances	36,204	38,211	39,775	36,136	40,131	50,389	50,032
29 Television, radio and music	39,857	40,522	43,772	38,215	42,284	40,997	43,881
30 Housewares and small electrical appliances	37,366	39,460	37,807	34,823	34,413	37,978	35,558
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	24,529	24,300	26,413	23,749	27,900	27,633	26,069
32 Plumbing, heating and building materials	10,650	11,064	10,034	9,831	10,105	12,750	12,066
33 Jewellery	21,132	21,124	21,294	20,167	20,542	20,622	19,904
34 Toys and games	23,283	24,034	27,430	21,371	24,208	25,471	25,899
35 Sporting goods and luggage	25,288	25,712	27,677	24,725	25,183	26,786	27,068
36 Stationery, books and magazines	26,292	27,449	33,459	28,557	29,170	29,932	30,058
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	17,265	16,269	17,028	16,714	18,423	19,434	17,880
38 Meals and lunches	21,168	20,986	20,920	20,539	20,944	21,668	21,985
39 Repairs and services	9,267	10,150	10,372	9,692	9,714	10,576	11,011
40 All other departments	29,940	29,600	31,013	29,065	28,760	32,557	32,001
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	865,148	884,731	928,419	821,620	884,672	963,938	929,517

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1982 et 1983(1)

1982						Change - Variation		Rayon	Nº
July	August	September	October	November	December	July/ June 1983			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juillet/ juin 1983			
Thousands of dollars						per cent			
Milliers de dollars						pourcentage			
15,672	16,056	16,052	16,124	16,607	16,309	- 19.7		Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
14,357	15,366	13,751	13,959	16,531	14,111	- 13.4		formes pour dames et jeunes filles	
45,983	45,511	45,353	43,322	44,475	46,435	- 16.8		Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
3,353	2,168	2,799	3,154	3,153	2,661	- 19.9		filles	
22,438	24,183	22,348	22,610	23,068	23,259	- 8.9		Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
								Fourrures	4
								Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
								de chambres d'enfants	
16,078	16,230	15,796	15,473	16,227	16,721	- 13.0		Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
16,764	17,861	18,020	18,209	17,777	17,801	- 14.3		Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
9,248	9,710	10,096	9,921	10,509	10,161	- 3.3		Sous-vêtements	8
1,572	1,642	1,679	1,583	1,701	1,725	- 1.8		Chapeaux	9
9,639	10,173	10,759	10,474	11,128	10,704	- 2.2		Bas pour dames et fillettes	10
13,671	14,111	14,434	14,700	14,907	14,783	- 5.2		Gants, moufles et articles de parure pour	11
22,466	22,482	22,750	21,738	24,598	22,882	- 12.8		dames et fillettes	
34,600	34,026	35,024	32,912	35,017	34,576	- 5.4		Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
40,400	43,527	42,108	39,928	38,775	40,957	- 8.9		enfants	
11,461	12,779	11,307	11,513	12,135	12,112	- 9.1		Vêtements pour hommes	13
								Articles d'habillement pour hommes	14
								Vêtements et articles d'habillement pour	15
								garçons	
4,004	14,755	14,816	13,784	16,922	15,159	- 2.2		Chaussures pour hommes et garçons	16
56,575	56,996	56,332	57,463	57,045	57,362	+ 0.2		Produits alimentaires et connexes	17
56,194	47,292	47,168	48,609	48,701	49,362	- 0.8		Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
								caments	
3,391	13,565	13,681	13,657	13,591	13,602	- 0.5		Appareils et fournitures photographiques	19
4,653	4,759	4,727	4,623	4,591	4,857	+ 1.6		Tissus à la pièce	20
4,062	25,317	25,279	25,598	25,924	26,751	- 8.1		Literie et linge de maison	21
8,158	8,777	8,826	8,576	9,095	8,491	- 0.5		Menus articles	22
2,127	12,489	12,647	12,778	12,014	12,561	+ 8.1		Porcelaine et verrerie	23
1,468	11,346	11,317	11,843	11,501	11,196	+ 13.8		Revêtements de plancher	24
3,483	13,892	13,124	13,611	14,402	15,668	- 0.8		Tentures, rideaux et housses	25
8,652	8,725	8,681	9,122	9,163	9,294	+ 5.3		Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
5,196	36,988	36,888	39,663	38,800	40,930	+ 19.5		d'ameublement pour la maison	
3,929	33,432	35,526	37,364	42,064	38,009	- 0.7		Meubles	27
5,350	35,610	38,222	36,677	38,252	38,184	+ 7.0		Gros appareils ménagers	28
3,461	34,623	34,655	38,121	34,963	35,896	- 6.4		Télévision, radio et musique	29
								Articles de ménage et petits appareils élec-	30
								triques	
5,849	25,912	24,870	25,741	25,158	25,164	- 5.7		Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
1,277	9,522	9,627	9,142	10,180	12,085	- 5.4		etc.	
1,012	21,288	21,284	21,690	20,174	21,202	- 3.5		Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
1,429	20,770	20,576	20,847	18,941	21,254	+ 1.7		truction	
1,051	27,951	27,915	26,240	25,905	26,233	+ 1.1		Bijouterie	33
								Jouets et jeux	34
								Articles de sport et valises	35
1,754	26,301	25,600	25,839	26,065	28,149	+ 0.4		Papeterie, livres et revues	36
1,129	17,223	17,084	16,541	17,430	16,424	- 8.0		Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
								réparation et fournitures	
1,115	20,336	20,707	19,945	21,236	22,091	+ 1.5		Repas et casse-croûtes	38
1,078	7,666	7,745	8,301	8,564	10,128	+ 4.1		Services et travaux de réparation	39
1,490	28,849	29,837	30,129	29,896	30,492	- 1.7		Tous autres rayons	40
1,862	850,107	850,465	850,418	865,697	876,476	- 3.6		TOTAL, TOUTS RAYONS	41

Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983

Province	1983							1982
	January	February	March	April	May	June	July	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Juillet
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	5,973	6,167	9,133	8,381	10,086	10,965	9,703	9,431
2 Prince Edward Island	4,088	3,308	4,039	4,575	4,841	6,087	6,140	6,031
3 Nova Scotia	15,152	14,552	21,368	20,965	24,109	27,180	25,031	19,941
4 New Brunswick	11,285	11,429	15,670	16,565	18,527	20,380	17,746	16,851
5 Quebec	113,689	105,666	137,559	141,986	159,981	165,359	138,487	134,651
6 Ontario	220,389	209,538	273,189	276,641	298,118	337,849	302,457	268,601
7 Manitoba	30,338	30,908	43,142	41,974	42,817	46,237	41,664	41,201
8 Saskatchewan	18,851	18,137	25,262	24,875	24,929	26,867	25,850	22,901
9 Alberta	92,346	92,023	117,900	110,899	117,794	127,481	113,648	111,001
10 British Columbia	109,447	110,510	137,672	126,114	136,788	148,635	130,347	130,101
11 Yukon and Northwest Territories	1,868	1,866	2,645	2,293	2,279	3,125	2,720	2,901
12 CANADA	623,426	604,104	787,578	775,268	840,268	920,164	813,792	763,501

TABLE 4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983							1982
	January	February	March	April	May	June	July	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Juill
	No.							
	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Calgary	35,506	35,568	45,673	42,727	45,841	48,022	42,971	44,
2 Edmonton	42,323	41,986	53,130	49,747	53,833	57,902	51,913	49,
3 Halifax-Dartmouth	8,865	8,301	12,425	12,190	12,990	14,192	13,312	9,
4 Hamilton	16,494	15,417	20,012	20,178	21,246	23,724	21,954	19,
5 Montreal	69,878	64,081	81,508	85,084	93,559	97,104	78,786	78,
6 Ottawa-Hull	27,571	24,135	34,541	32,815	37,530	40,591	35,729	31.
7 Quebec City	15,486	13,658	19,417	20,538	23,196	23,301	19,919	18
8 Toronto	91,876	86,317	110,184	112,661	115,270	131,752	118,249	106
9 Vancouver	66,859	67,579	82,773	74,498	80,530	88,441	75,390	76
10 Winnipeg	27,586	28,058	39,236	38,113	38,730	41,639	37,562	37

TABLEAU 3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1982 et 1983

1982						Change - Variation		Province	N°
	August	September	October	November	December	July/ June 1983	July 1983/1982		
	août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juillet/ juin 1983	Juillet 1983/1982		
Thousands of dollars - milliers de dollars									
10,021	9,903	11,067	13,775	19,875	- 11.5	+ 2.9		Terre-Neuve	1
5,098	5,230	5,087	6,019	9,477	+ 0.9	+ 1.8		Île-du-Prince-Édouard	2
1,808	22,345	23,885	32,319	51,652	- 7.9	+ 25.5		Nouvelle-Écosse	3
5,964	17,601	19,217	25,692	36,671	- 12.9	+ 5.3		Nouveau-Brunswick	4
2,459	148,921	154,748	178,929	280,436	- 16.3	+ 2.8		Québec	5
2,438	305,940	302,675	387,576	598,421	- 10.5	+ 12.6		Ontario	6
1,344	46,588	44,257	57,953	80,873	- 9.9	+ 0.9		Manitoba	7
1,792	25,635	25,662	34,468	47,067	- 3.8	+ 12.6		Saskatchewan	8
1,077	125,582	127,275	158,132	218,739	- 10.9	+ 2.3		Alberta	9
1,885	150,477	142,202	175,741	260,278	- 12.3	+ 0.2		Colombie-Britannique	10
1,841	2,958	3,112	2,954	4,990	- 13.0	- 6.9		Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
1,727	861,179	859,187	1,073,558	1,608,478	- 11.6	+ 6.5		CANADA	12

TABLEAU 4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1982						Change - Variation		Certaines zones métropolitaines	N°
	August	September	October	November	December	July/ June 1983	July 1983/1982		
	août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juillet/ juin 1983	Juillet 1983/1982		
Thousands of dollars - milliers de dollars									
3,335	49,280	49,690	61,436	84,142	- 10.5	- 3.0		Calgary	1
2,292	57,361	57,129	70,906	97,287	- 10.3	+ 4.8		Edmonton	2
1,070	12,820	13,419	17,887	27,088	- 6.2	+ 38.7		Halifax-Dartmouth	3
983	22,582	22,156	28,415	46,239	- 7.5	+ 10.5		Hamilton	4
3,391	91,718	93,741	108,605	171,021	- 18.9	+ 0.1		Montréal	5
2,222	37,009	37,657	44,801	66,060	- 12.0	+ 15.2		Ottawa-Hull	6
905	20,783	21,461	25,300	36,127	- 14.5	+ 8.2		Ville de Québec	7
7,75	126,985	121,498	156,241	242,771	- 10.2	+ 11.0		Toronto	8
4,22	91,441	85,071	105,425	156,081	- 14.8	- 1.2		Vancouver	9
5,32	42,384	40,028	52,572	72,593	- 9.8	+ 0.5		Winnipeg	10

TABLE 5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983

Province	1983							1982
	January	February	March	April	May	June	July	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Juillet
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	5,561	5,025	6,674	6,827	7,465	7,919	7,803	
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	63,028	59,932	78,757	80,468	89,932	91,110	74,622	73,711
6 Ontario	139,304	130,111	168,840	171,235	177,566	203,562	185,934	159,241
7 Manitoba	20,927	21,103	30,050	27,495	26,790	29,192	26,389	26,389
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	74,681	72,922	92,836	84,401	87,977	97,331	85,779	84,401
10 British Columbia	91,080	91,592	112,768	100,349	108,532	119,978	102,698	103,211
11 Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	x	x	x
12 CANADA	416,073	400,107	517,527	496,451	524,432	578,356	510,527	477,511

TABLE 6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983							1982
	January	February	March	April	May	June	July	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Juillet
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Calgary	29,040	28,473	36,678	33,109	35,260	37,388	32,756	33,611
2 Edmonton	35,144	34,295	42,699	38,811	40,806	45,023	40,229	39,011
3 Halifax-Dartmouth	5,252	4,637	7,050	6,827	6,995	7,338	7,231	
4 Hamilton	12,516	11,640	15,106	15,457	16,073	18,812	17,037	14,811
5 Montreal	42,362	41,194	52,817	54,533	59,173	59,345	47,485	48,911
6 Ottawa-Hull	18,458	15,667	23,189	21,054	24,192	25,994	23,823	20,511
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x	x	x
8 Toronto	69,002	64,180	81,651	83,485	82,502	94,657	86,545	76,411
9 Vancouver	59,276	60,052	73,075	64,338	69,450	77,713	64,955	66,411
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983

1982		Change - Variation						
August	September	October	November	December	July/ June 1983	July 1983/1982	Province	
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juillet/ juin 1983	Juillet 1983/1982		
Thousands of dollars - milliers de dollars								No
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
x	x	x	x	x	- 1.5	x	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
76,393	88,670	90,851	106,753	156,587	- 18.1	+ 1.2	Québec	5
159,603	196,786	189,082	245,792	355,233	- 8.7	+ 16.8	Ontario	6
25,890	33,309	29,310	39,694	52,740	- 9.6	--	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
86,868	100,475	99,298	124,170	168,176	- 11.9	+ 1.6	Alberta	9
101,750	125,810	115,913	143,087	207,619	- 14.4	- 0.5	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
480,433	583,300	562,793	708,645	1,009,764	- 11.7	+ 6.9	CANADA	12

TABLEAU 6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

[illegible]

TABLE 7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983

Province	1983							1982
	January	February	March	April	May	June	July	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Juillet
	thousands of dollars - milliers de dollars							
No.								
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	9,591	9,527	14,694	14,138	16,644	19,260	17,228	x
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	50,662	45,734	58,802	61,518	70,049	74,248	63,866	60,981
6 Ontario	81,085	79,427	104,349	105,406	120,552	134,287	116,523	109,358
7 Manitoba	9,411	9,805	13,092	14,479	16,027	17,045	15,275	14,895
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	17,665	19,101	25,064	26,498	29,817	30,151	27,868	26,662
10 British Columbia	18,367	18,918	24,904	25,765	28,256	28,657	27,649	26,883
11 Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	x	x	
12 CANADA	207,353	203,997	270,051	278,817	315,835	341,809	303,265	286,359

TABLE 8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983							1982
	January	February	March	April	May	June	July	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Juillet
	thousands of dollars - milliers de dollars							
No.								
1 Calgary	6,466	7,095	8,995	9,617	10,581	10,633	10,216	10,671
2 Edmonton	7,179	7,691	10,431	10,936	13,027	12,879	11,683	10,488
3 Halifax-Dartmouth	3,613	3,664	5,375	5,364	5,995	6,854	6,080	x
4 Hamilton	3,978	3,778	4,906	4,721	5,173	4,912	4,917	5,026
5 Montreal	27,516	22,887	28,691	30,551	34,386	37,759	31,301	29,780
6 Ottawa-Hull	9,114	8,467	11,352	11,762	13,338	14,596	11,905	10,454
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x	x	x
8 Toronto	22,873	22,137	28,533	29,176	32,768	37,095	31,705	30,031
9 Vancouver	7,583	7,527	9,698	10,160	11,080	10,728	10,435	10,241
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983

1982	Change - Variation						Province	
August	September	October	November	December	July/ June 1983	July 1983/1982		
août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juillet/ juin 1983	Juillet 1983/1982		
Thousands of dollars - milliers de dollars								N°
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
x	x	x	x	x	- 10.6	x	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
66,067	60,251	63,898	72,177	123,849	- 14.0	+ 4.7	Québec	5
12,836	109,154	113,593	141,783	243,188	- 13.2	+ 6.6	Ontario	6
14,454	13,280	14,947	18,260	28,133	- 10.4	+ 2.6	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
27,209	25,107	27,977	33,962	50,563	- 7.6	+ 4.5	Alberta	9
25,135	24,666	26,289	32,654	52,659	- 3.5	+ 2.8	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
5,295	277,880	296,393	364,914	598,714	- 11.3	+ 5.9	CANADA	12

BLEAU 8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

[illegible]

TABLE 9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983

Province	1983						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	number - nombre						
1 Newfoundland	14	14	14	14	14	14	14
2 Prince Edward Island	7	7	7	7	7	7	7
3 Nova Scotia	32	32	31	31	32	32	32
4 New Brunswick	25	24	25	25	25	25	25
5 Quebec	164	161	161	161	161	161	161
6 Ontario	301	299	300	300	300	300	300
7 Manitoba	38	38	38	38	38	38	38
8 Saskatchewan	29	29	30	30	30	30	30
9 Alberta	84	84	83	83	84	84	84
10 British Columbia	102	101	101	101	101	101	101
11 Yukon and Northwest Territories	7	6	6	6	6	6	6
12 CANADA	803	795	796	796	798	798	798

TABLE 10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	number - nombre						
1 Calgary	27	27	27	27	27	27	27
2 Edmonton	32	32	31	31	32	32	32
3 Halifax-Dartmouth	13	13	13	13	13	13	13
4 Hamilton	24	23	23	23	23	23	23
5 Montreal	80	79	79	79	79	79	79
6 Ottawa-Hull	32	31	32	32	32	32	32
7 Quebec City	19	19	19	19	19	19	19
8 Toronto	88	88	88	88	88	88	88
9 Vancouver	42	41	41	41	41	41	41
10 Winnipeg	30	30	30	30	30	30	30

TABLEAU 9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1982 et 1983

1982							
July	August	September	October	November	December	Province	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							N ^o
14	14	14	14	14	14	Terre-Neuve	1
7	7	7	7	7	7	Île-du-Prince-Édouard	2
30	31	32	32	32	32	Nouvelle-Écosse	3
26	25	25	25	25	25	Nouveau-Brunswick	4
164	162	162	163	164	164	Québec	5
296	299	299	300	301	301	Ontario	6
38	38	38	38	38	38	Manitoba	7
28	28	28	29	29	29	Saskatchewan	8
82	83	83	84	84	84	Alberta	9
101	101	101	101	102	102	Colombie-Britannique	10
7	7	7	7	7	7	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
793	795	796	800	803	803	CANADA	12

TABLEAU 10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1982							
July	August	September	October	November	December	Certaines zones métropolitaines	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		N ^o
number - nombre							
27	27	27	27	27	27	Calgary	1
31	32	32	32	32	32	Edmonton	2
11	12	13	13	13	13	Halifax-Dartmouth	3
24	24	24	24	24	24	Hamilton	4
80	79	79	80	80	80	Montréal	5
31	32	32	32	32	32	Ottawa-Hull	6
17	17	18	18	19	19	Ville de Québec	7
88	87	87	88	88	88	Toronto	8
40	41	41	41	42	42	Vancouver	9
30	30	30	30	30	30	Winnipeg	10

TABLE 11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983

Province	1983						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	number - nombre						
1 Newfoundland	8	8	8	8	8	8	8
2 Prince Edward Island	3	3	3	3	3	3	3
3 Nova Scotia	6	6	5	5	6	6	6
4 New Brunswick	5	4	4	4	4	4	4
5 Quebec	58	55	54	54	54	54	54
6 Ontario	113	111	112	112	112	112	112
7 Manitoba	18	18	18	18	18	18	18
8 Saskatchewan	15	15	15	15	15	15	15
9 Alberta	51	51	50	50	50	50	50
10 British Columbia	60	60	60	60	60	60	60
11 Yukon and Northwest Territories	6	5	5	5	5	5	5
12 CANADA	343	336	334	334	335	335	335

TABLE 12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	number - nombre						
1 Calgary	15	15	15	15	15	15	15
2 Edmonton	19	19	18	18	18	18	18
3 Halifax-Dartmouth	5	5	5	5	5	5	5
4 Hamilton	15	14	14	14	14	14	14
5 Montreal	31	30	29	29	29	29	29
6 Ottawa-Hull	13	12	13	13	13	13	13
7 Quebec City	7	7	7	7	7	7	7
8 Toronto	40	40	40	40	40	40	40
9 Vancouver	26	26	26	26	26	26	26
10 Winnipeg	13	13	13	13	13	13	13

TABLEAU 11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983

1982						
July	August	September	October	November	December	Province
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	
number - nombre						Nº
8	8	8	8	8	8	Terre-Neuve
3	3	3	3	3	3	Île-du-Prince-Édouard
5	5	6	6	6	6	Nouvelle-Écosse
6	5	5	5	5	5	Nouveau-Brunswick
58	57	58	58	58	58	Québec
111	112	112	113	113	113	Ontario
18	18	18	18	18	18	Manitoba
15	15	15	15	15	15	Saskatchewan
51	51	51	51	51	51	Alberta
60	60	60	60	60	60	Colombie-Britannique
6	6	6	6	6	6	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest
341	340	342	343	343	343	CANADA

TABLEAU 12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1982						
July	August	September	October	November	December	Certaines zones métropolitaines
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	
number - nombre						Nº
15	15	15	15	15	15	Calgary
19	19	19	19	19	19	Edmonton
4	4	5	5	5	5	Halifax-Dartmouth
15	15	15	15	15	15	Hamilton
32	31	31	31	31	31	Montréal
13	13	13	13	13	13	Ottawa-Hull
6	6	7	7	7	7	Ville de Québec
41	40	40	40	40	40	Toronto
16	26	26	26	26	26	Vancouver
3	13	13	13	13	13	Winnipeg

TABLE 13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983

Province	1983						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	number - nombre						
1 Newfoundland	6	6	6	6	6	6	6
2 Prince Edward Island	4	4	4	4	4	4	4
3 Nova Scotia	26	26	26	26	26	26	26
4 New Brunswick	20	20	21	21	21	21	21
5 Quebec	106	106	107	107	107	107	107
6 Ontario	188	188	188	188	188	188	188
7 Manitoba	20	20	20	20	20	20	20
8 Saskatchewan	14	14	15	15	15	15	15
9 Alberta	33	33	33	33	34	34	34
10 British Columbia	42	41	41	41	41	41	41
11 Yukon and Northwest Territories	1	1	1	1	1	1	1
12 CANADA	460	459	462	462	463	463	463

TABLE 14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	number - nombre						
1 Calgary	12	12	12	12	12	12	12
2 Edmonton	13	13	13	13	14	14	14
3 Halifax-Dartmouth	8	8	8	8	8	8	8
4 Hamilton	9	9	9	9	9	9	9
5 Montreal	49	49	50	50	50	50	50
6 Ottawa-Hull	19	19	19	19	19	19	19
7 Quebec City	12	12	12	12	12	12	12
8 Toronto	48	48	48	48	48	48	48
9 Vancouver	16	15	15	15	15	15	15
10 Winnipeg	17	17	17	17	17	17	17

TABLEAU 13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983

1982							
July	August	September	October	November	December	Province	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							No
6	6	6	6	6	6	Terre-Neuve	1
4	4	4	4	4	4	Île-du-Prince-Édouard	2
25	26	26	26	26	26	Nouvelle-Écosse	3
20	20	20	20	20	20	Nouveau-Brunswick	4
106	105	104	105	106	106	Québec	5
185	187	187	187	188	188	Ontario	6
20	20	20	20	20	20	Manitoba	7
13	13	13	14	14	14	Saskatchewan	8
31	32	32	33	33	33	Alberta	9
41	41	41	41	42	42	Colombie-Britannique	10
1	1	1	1	1	1	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
452	455	454	457	460	460	CANADA	12

TABLEAU 14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1982							
July	August	September	October	November	December	Certaines zones métropolitaines	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							No
12	12	12	12	12	12	Calgary	1
12	13	13	13	13	13	Edmonton	2
7	8	8	8	8	8	Halifax-Dartmouth	3
9	9	9	9	9	9	Hamilton	4
18	48	48	49	49	49	Montréal	5
8	19	19	19	19	19	Ottawa-Hull	6
1	11	11	11	12	12	Ville de Québec	7
7	47	47	48	48	48	Toronto	8
4	15	15	15	16	16	Vancouver	9
7	17	17	17	17	17	Winnipeg	10

TABLE 15. Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983
January-July

TABLÉAU 15. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983
Janvier-juillet

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1983/1982
		1982 ¹	1983	Variation 1983/1982
		thousands of dollars		per cent
		milliers de dollars		pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	104,353	100,612	- 3.6
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	68,921	72,047	+ 4.5
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sport pour dames et jeunes filles	276,921	306,356	+ 10.6
4	Furs - Fourrures	14,150	12,625	- 10.8
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	136,442	137,438	+ 0.7
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes	92,108	90,295	- 2.0
7	Lingerie and women's sleeperwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	93,206	99,282	+ 6.5
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	60,715	65,296	+ 7.5
9	Millinery - Chapeaux	7,194	7,794	+ 8.3
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	57,616	62,758	+ 8.9
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	72,263	77,455	+ 7.2
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	133,623	137,712	+ 3.1
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes	199,785	194,345	- 2.7
14	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	204,045	232,285	+ 13.8
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillem- ent pour garçons	62,880	69,070	+ 9.8
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	87,357	93,476	+ 7.0
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	373,021	376,546	+ 0.9
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	267,747	294,868	+ 10.1
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photo- graphiques	76,392	77,144	+ 1.0
20	Piece goods - Tissus à la pièce	29,582	28,292	- 4.4
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison	150,469	171,660	+ 14.1
22	Smallwares and notions - Menus articles	50,544	51,722	+ 2.3
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie	64,687	68,802	+ 6.4
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	76,881	81,719	+ 6.3
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	93,042	97,480	+ 4.8
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	47,341	48,933	+ 3.4
27	Furniture - Meubles	264,794	299,130	+ 13.0
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	235,367	282,364	+ 20.0
29	Television, radio and music - Télévision, radio et musique	191,101	230,304	+ 20.5
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	197,235	212,317	+ 7.6
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	181,340	172,940	- 4.6
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	66,328	76,044	+ 14.6
33	Jewellery - Bijouterie	105,328	101,631	- 3.5
34	Toys and games - Jouets et jeux	76,043	91,459	+ 20.3
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	188,121	171,414	- 8.9
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	134,314	156,072	+ 16.2
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	116,435	111,717	- 4.1
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	134,730	135,884	+ 0.9
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation	49,257	64,301	+ 30.5
40	All other departments - Tous autres rayons	188,265	203,011	+ 7.8
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	5,029,943	5,364,600	+ 6.7

TABLE 16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983
January-July

TABLEAU 16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1982 et 1983
Janvier-juillet

Province	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	57,547	60,408	+ 5.0
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	29,478	33,078	+ 12.2
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	123,568	148,357	+ 20.0
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	102,172	111,602	+ 9.2
Québec	890,991	962,727	+ 8.1
Ontario	1,765,701	1,918,181	+ 8.6
Manitoba	264,746	277,080	+ 4.7
Saskatchewan	142,768	164,771	+ 15.4
Alberta	760,571	772,091	+ 1.5
British Columbia - Colombie-Britannique	873,972	899,513	+ 2.9
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	18,431	16,796	- 8.9
CANADA	5,029,943	5,364,600	+ 6.7

TABLE 17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983
January-July

TABLEAU 17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines,
1982 et 1983
Janvier-juillet

Selected metropolitan areas Certaines zones métropolitaines	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	308,197	296,308	- 3.9
Edmonton	340,929	350,834	+ 2.9
Halifax-Dartmouth	64,271	82,275	+ 28.0
Hamilton	132,995	139,025	+ 4.5
Montréal	535,642	570,000	+ 6.4
Ottawa-Hull	205,991	232,912	+ 13.1
Quebec City - Ville de Québec	119,356	135,515	+ 13.5
Toronto	719,066	766,309	+ 6.6
Vancouver	527,995	536,070	+ 1.5
Winnipeg	240,011	250,924	+ 4.5

TABLE 18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983
January-July

TABLERAU 18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983
Janvier-juillet

Province	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	x	47,274	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	497,954	537,849	+ 8.0
Ontario	1,070,831	1,176,552	+ 9.9
Manitoba	173,601	181,946	+ 4.8
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	596,860	595,927	- 0.2
British Columbia - Colombie-Britannique	711,507	726,997	+ 2.2
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	x	x
CANADA	3,245,014	3,443,473	+ 6.1

TABLE 19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983
January-July

TABLERAU 19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983
Janvier-juillet

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	241,407	232,704	- 3.6
Edmonton	276,823	277,007	+ 0.1
Halifax-Dartmouth	x	45,330	x
Hamilton	100,458	106,641	+ 6.2
Montréal	339,686	356,909	+ 5.1
Ottawa-Hull	133,308	152,377	+ 14.3
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	527,375	562,022	+ 6.6
Vancouver	463,009	468,859	+ 1.3
Winnipeg	x	x	x

TABLE 20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983
January-July

TABLEAU 20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983
Janvier-juillet

Province	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	x	101,082	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	393,035	424,879	+ 8.1
Ontario	694,869	741,629	+ 6.7
Manitoba	91,144	95,134	+ 4.4
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	163,713	176,164	+ 7.6
British Columbia - Colombie-Britannique	162,464	172,516	+ 6.2
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	x	x
CANADA	1,784,928	1,921,127	+ 7.6

TABLE 21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983
January-July

TABLEAU 21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines,
1982 et 1983
Janvier-juillet

Selected metropolitan areas Certaines zones métropolitaines	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	66,790	63,603	- 4.8
Edmonton	64,108	73,826	+ 15.2
Halifax-Dartmouth	x	36,945	x
Hamilton	32,536	32,385	- 0.5
Montréal	195,955	213,091	+ 8.7
Ottawa-Hull	72,683	80,534	+ 10.8
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	191,693	204,287	+ 6.6
Vancouver	64,985	67,211	+ 3.4
Winnipeg	x	x	x

TABLE 22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1981-1983

TABLEAU 22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1981-1983

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major Traditionnels		Junior Populaires	
	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution
	'000	%	'000	%	'000	%
1981:						
January - Janvier	643,821	100.0	442,269	68.7	201,552	31.3
February - Février	568,767	100.0	381,684	67.1	187,082	32.9
March - Mars	688,718	100.0	471,588	68.5	217,130	31.5
April - Avril	793,595	100.0	521,698	65.7	271,897	34.3
May - Mai	822,881	100.0	532,820	64.8	290,061	35.2
June - Juin	835,934	100.0	548,803	65.7	287,131	34.3
July - Juillet	757,743	100.0	485,895	64.1	271,848	35.9
August - Août	786,492	100.0	499,216	63.5	287,276	36.5
September - Septembre	848,390	100.0	575,366	67.8	273,024	32.2
October - Octobre	892,549	100.0	591,596	66.3	300,954	33.7
November - Novembre	1,036,498	100.0	686,067	66.2	350,430	33.8
December - Décembre	1,542,685	100.0	972,086	63.0	570,598	37.0
Year - Année	10,218,073	100.0	6,709,088	65.7	3,508,983	34.3
1982:						
January - Janvier	600,051	100.0	404,403	67.4	195,648	32.6
February - Février	578,049	100.0	386,536	66.9	191,513	33.1
March - Mars	694,137	100.0	466,897	67.3	227,240	32.7
April - Avril	788,971	100.0	503,423	63.8	285,547	36.2
May - Mai	813,933	100.0	507,484	62.3	306,449	37.7
June - Juin	790,853	100.0	498,681	63.1	292,172	36.9
July - Juillet	763,949	100.0	477,590	62.5	286,359	37.5
August - Août	775,727	100.0	480,433	61.9	295,295	38.1
September - Septembre	861,179	100.0	583,300	67.7	277,880	32.3
October - Octobre	859,187	100.0	562,793	65.5	296,393	34.5
November - Novembre	1,073,558	100.0	708,645	66.0	364,914	34.0
December - Décembre	1,608,478	100.0	1,009,764	62.8	598,714	37.2
Year - Année	10,208,072	100.0	6,589,949	64.6	3,618,124	35.4
1983:						
January - Janvier	623,426	100.0	416,073	66.7	207,353	33.3
February - Février	604,104	100.0	400,107	66.2	203,997	33.8
March - Mars	787,578	100.0	517,527	65.7	270,051	34.3
April - Avril	775,268	100.0	496,451	64.0	278,817	36.0
May - Mai	840,268	100.0	524,432	62.4	315,835	37.6
June - Juin	920,164	100.0	578,356	62.9	341,809	37.1
July - Juillet	813,792	100.0	510,527	62.7	303,265	37.3
August - Août						
September - Septembre						
October - Octobre						
November - Novembre						
December - Décembre						
Year - Année						

TABLE 23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981-1983
July

TABLEAU 23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1981-1983
Juillet

Province and Selected Metropolitan Areas	Distribution			Change 1983/1982
	1981 ^F	1982 ^F	1983	Variation 1983/1982
Province et certaines zones métropolitaines	per cent - pourcentage			
Newfoundland - Terre-Neuve	6.1	6.0	5.7	- 5.0
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	12.9	14.5	13.9	- 4.1
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	7.5	7.2	8.0	+ 11.1
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	7.2	7.7	7.3	- 5.2
Québec	6.9	6.6	6.4	- 3.0
Ontario	9.1	8.7	9.0	+ 3.4
Manitoba	12.9	12.8	11.9	- 7.0
Saskatchewan	6.3	6.7	7.1	+ 6.0
Alberta	12.1	12.2	12.2	-
British Columbia - Colombie-Britannique	13.3	12.7	12.5	- 1.6
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11.8	10.4	10.1	- 2.9
CANADA	9.3	9.1	9.0	- 1.1
Montréal	9.3	8.3	8.1	- 2.4
Toronto	10.9	9.9	9.8	- 1.0
Winnipeg	19.1	18.2	16.8	- 7.7
Vancouver	15.7	14.8	14.7	- 0.7

TABLE 24. Department Store Monthly Stocks(1), by Department, Canada, 1982 and 1983

		1983							1982
Department		January	February	March	April	May	June	July	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Juillet
No.		thousands of dollars							
		milliers de dollars							
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	36,432	39,827	50,212	59,149	53,684	36,711	42,081	50,115
2	Women's and misses' coats and suits	36,868	41,207	41,457	35,693	24,664	23,800	49,565	53,983
3	Women's and misses' sportswear	107,426	114,463	149,791	170,227	155,028	121,651	131,195	122,660
4	Furs	17,836	15,771	16,471	11,029	16,953	16,502	16,626	16,901
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	58,915	64,568	74,045	83,519	79,876	75,769	92,074	84,224
6	Girls' and teenage girls' wear	31,258	37,273	48,282	47,809	44,476	35,746	51,879	56,809
7	Lingerie and women's sleepwear	39,897	39,099	47,104	51,975	49,709	40,490	42,019	45,736
8	Intimate apparel	33,424	29,920	32,831	37,468	34,662	31,439	33,097	30,197
9	Millinery	2,102	1,866	1,419	2,377	1,272	1,207	2,177	1,148
10	Women's and girls' hosiery	26,254	26,790	31,773	35,437	35,235	33,481	34,379	29,407
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	39,618	39,966	46,630	49,543	44,084	36,338	39,828	41,374
12	Women's, misses' and children's footwear	75,549	81,500	102,693	104,725	104,081	81,416	94,407	103,085
13	Men's clothing	111,702	137,579	160,091	148,765	151,819	134,412	146,171	151,850
14	Men's furnishings	119,180	123,058	135,003	153,735	149,872	125,302	129,761	146,322
15	Boys' clothing and furnishings	37,083	39,551	42,311	44,467	41,278	37,897	56,656	51,097
16	Men's and boys' footwear	62,415	58,203	74,673	73,963	83,261	69,612	75,056	77,169
17	Food and kindred products	38,119	40,249	41,106	44,482	34,242	43,524	40,777	33,698
18	Toiletries, cosmetics and drugs	193,004	149,162	169,033	191,342	172,373	181,084	194,026	168,331
19	Photographic equipment and supplies	55,045	49,854	54,360	57,791	61,072	58,920	62,265	53,907
20	Piece goods	23,618	23,824	30,107	25,966	34,748	25,447	29,677	31,669
21	Linens and domestics	108,506	112,560	113,998	125,286	135,602	119,765	122,715	101,475
22	Smallwares and notions	35,739	35,053	35,812	41,415	41,569	44,135	45,371	43,067
23	China and glassware	84,102	88,609	91,736	84,773	100,191	94,877	95,614	91,513
24	Floor coverings	48,316	46,440	50,642	47,834	53,084	52,260	49,702	58,842
25	Draperies, curtains and furniture coverings	61,298	57,776	68,398	63,753	66,310	64,039	62,464	65,090
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	43,617	44,175	53,031	49,665	59,162	54,666	55,696	50,850
27	Furniture	181,679	165,287	189,195	198,840	205,478	177,372	167,625	195,719
28	Major appliances	55,572	57,648	63,180	69,351	59,243	47,090	47,595	60,860
29	Television, radio and music	134,764	131,777	151,558	159,265	161,893	158,662	155,018	128,367
30	Housewares and small electrical appliances	170,418	162,985	159,781	188,257	177,327	185,823	181,255	139,853
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	112,354	108,723	142,575	125,815	141,078	141,086	134,833	139,768
32	Plumbing, heating and building materials	39,957	34,939	39,448	41,778	39,941	36,465	38,431	34,588
33	Jewellery	117,632	110,023	120,944	120,272	121,509	113,997	116,291	118,063
34	Toys and games	75,546	72,948	82,299	97,260	90,069	95,757	101,149	76,221
35	Sporting goods and luggage	107,199	108,929	129,534	153,593	157,055	141,320	136,862	127,180
36	Stationery, books and magazines	90,122	86,102	87,617	116,391	121,986	125,228	143,469	103,232
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	52,060	50,341	50,900	53,909	53,541	48,817	50,965	47,883
38	Meals and lunches	1,275	1,192	1,450	1,450	1,161	1,355	1,311	688
39	Repairs and services	4,872	4,284	4,865	4,625	4,140	4,530	4,588	4,673
40	All other departments	53,646	53,321	65,753	88,638	72,619	63,374	62,179	68,618
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	2,724,419	2,686,842	3,052,108	3,261,632	3,235,347	2,981,366	3,136,849	3,006,232

(1) At selling value.

TABLEAU 24. Stocks(1) mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1982					Change - Variation		Rayon	N°
August	September	October	November	December	July/ June 1983	July 1983/1982		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juillet/ juin 1983	Juillet 1983/1982		
Thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
42,355	43,320	54,009	50,828	38,810	+ 14.6	- 16.0	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
56,427	68,743	66,218	52,222	40,267	+ 108.3	- 8.2	formes pour dames et jeunes filles	
117,688	114,010	133,971	138,538	110,563	+ 7.8	+ 7.0	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
18,258	17,588	22,827	20,360	19,452	+ 0.8	+ 1.6	filles	
70,437	70,942	83,526	72,897	69,554	+ 21.5	+ 9.3	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
							Fourrures	4
							Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
							de chambres d'enfants	
47,566	51,960	50,778	52,112	34,263	+ 45.1	- 8.7	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
46,257	46,325	59,780	64,918	42,026	+ 3.8	- 8.1	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
29,948	26,105	33,155	32,173	31,988	+ 5.3	+ 9.6	Sous-vêtements	8
1,708	1,918	3,268	3,766	3,533	+ 80.4	+ 89.6	Chapeaux	9
30,283	26,946	31,556	31,492	29,650	+ 2.7	+ 16.9	Bas pour dames et fillettes	10
42,880	44,167	56,141	59,220	41,659	+ 9.6	- 3.7	Gants, moufles et articles de parure pour	11
101,987	99,683	109,058	97,074	91,924	+ 16.0	- 8.4	dames et fillettes	
183,462	161,644	185,614	179,517	161,113	+ 8.7	- 3.7	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
150,515	159,247	193,533	178,826	119,168	+ 3.6	- 11.3	enfants	
35,990	39,792	49,443	42,803	33,681	+ 49.5	+ 10.9	Vêtements pour hommes	13
							Articles d'habillement pour hommes	14
							Vêtements et articles d'habillement pour	15
							garçons	
75,912	67,074	77,159	75,798	70,433	+ 7.8	- 2.7	Chaussures pour hommes et garçons	16
28,536	32,626	36,832	44,862	34,859	- 6.3	+ 21.0	Produits alimentaires et connexes	17
155,235	147,765	194,071	215,162	167,598	+ 7.1	+ 15.3	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
							caments	
54,853	50,093	67,887	62,550	48,135	+ 5.7	+ 15.5	Appareils et fournitures photographiques	19
28,841	23,364	29,943	25,946	28,235	+ 16.6	- 6.3	Tissus à la pièce	20
89,225	84,968	98,419	113,712	121,738	+ 2.5	+ 20.9	Literie et linge de maison	21
38,478	35,601	37,288	35,301	45,003	+ 2.8	+ 5.3	Menus articles	22
91,111	86,481	91,220	101,865	105,581	+ 0.8	+ 4.5	Porcelaine et verrerie	23
57,868	52,400	54,803	48,227	56,021	- 4.9	- 15.5	Revêtements de plancher	24
58,951	56,532	65,384	62,606	67,382	- 2.5	- 4.0	Tentures, rideaux et housses	25
51,370	48,692	59,624	56,218	45,756	+ 1.9	+ 9.5	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
182,097	170,228	189,974	187,000	223,087	- 5.5	- 14.4	d'ameublement pour la maison	
60,083	56,445	56,357	58,759	63,148	+ 1.1	- 21.8	Meubles	27
123,830	114,122	146,700	154,829	152,008	- 2.3	+ 20.8	Gros appareils ménagers	28
134,753	134,500	147,675	178,026	153,913	- 2.5	+ 29.6	Télévision, radio et musique	29
							Articles de ménage et petits appareils élec-	30
							triques	
138,025	121,437	140,109	127,397	129,807	- 4.4	- 3.5	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
33,434	33,790	34,995	39,477	49,311	+ 5.4	+ 11.1	etc.	
114,052	107,112	135,171	150,622	115,806	+ 2.0	- 1.5	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
93,490	109,355	143,875	117,303	59,061	+ 5.6	+ 32.7	truction	
116,642	119,700	158,309	142,524	121,635	- 3.2	+ 7.6	Bijouterie	33
							Jouets et jeux	34
							Articles de sport et valises	35
97,897	90,189	105,329	112,896	83,094	+ 14.6	+ 39.0	Papeterie, livres et revues	36
49,511	50,786	56,012	52,276	62,805	+ 4.4	+ 6.4	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
640	861	817	896	1,008	- 3.2	+ 90.6	réparation et fournitures	
4,710	4,794	5,080	5,409	4,925	+ 1.3	- 1.8	Repas et casse-croûtes	38
59,999	61,378	75,695	79,189	61,884	- 1.9	- 9.4	Services et travaux de réparation	39
							Tous autres rayons	40
2,915,304	2,832,683	3,341,605	3,325,596	2,939,884	+ 5.2	+ 4.3	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Valeur de vente.

TABLE 25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983(1)

TABLE 25. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted								
		1983						
		January	February	March	April	May	June ^F	July ^P
Department		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin ^F	Juillet ^P
No.		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	41,188	40,919	48,271	46,779	49,034	42,302	44,535
2	Women's and misses' coats and suits	51,920	50,338	49,709	45,984	37,226	35,751	39,862
3	Women's and misses' sportswear	128,912	125,274	146,610	140,711	136,730	132,611	130,829
4	Furs	18,224	17,763	19,730	12,448	18,893	18,268	18,325
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	71,097	74,423	85,443	73,710	78,482	82,101	75,199
6	Girls' and teenage girls' wear	43,119	43,352	51,429	42,964	42,337	40,395	42,212
7	Lingerie and women's sleepwear	49,422	47,001	51,050	47,496	47,003	45,609	45,123
8	Intimate apparel	32,718	31,986	35,155	35,112	33,245	33,795	33,334
9	Millinery	2,347	2,356	2,146	2,661	1,320	1,794	2,897
10	Women's and girls' hosiery	29,350	29,452	32,598	31,977	32,421	34,487	33,172
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	47,052	45,003	48,142	45,604	43,320	42,629	42,008
12	Women's, misses' and children's footwear	92,144	89,992	99,345	88,254	93,485	83,513	92,792
13	Men's clothing	151,274	151,895	171,569	143,937	150,917	156,744	152,675
14	Men's furnishings	143,514	140,972	145,493	141,656	143,198	140,377	129,787
15	Boys' clothing and furnishings	42,754	41,481	47,413	42,901	43,473	43,411	43,345
16	Men's and boys' footwear	75,578	68,576	75,351	66,900	73,061	70,532	73,076
17	Food and kindred products	***	***	***	***	***	***	***
18	Toiletries, cosmetics and drugs	189,619	174,578	188,758	183,142	169,970	186,419	198,309
19	Photographic equipment and supplies	55,614	56,232	64,286	54,606	57,775	64,817	62,805
20	Piece goods	26,095	24,385	29,715	24,410	32,937	25,977	28,331
21	Linens and domestics	114,704	116,166	116,622	113,891	121,330	118,142	126,030
22	Smallwares and notions	39,803	40,576	39,880	38,000	37,580	40,594	40,867
23	China and glassware	94,850	96,714	96,453	86,216	95,189	96,680	96,094
24	Floor coverings	49,883	48,945	53,504	47,376	49,895	49,138	47,566
25	Draperies, curtains and furniture coverings	60,893	59,884	70,820	60,208	63,443	65,733	61,474
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	49,398	49,264	56,876	49,729	53,616	54,323	54,385
27	Furniture	190,432	174,822	195,753	178,665	188,322	179,954	167,877
28	Major appliances	57,173	56,664	64,136	63,740	59,099	51,790	48,487
29	Television, radio and music	143,176	145,912	158,683	147,416	155,144	158,997	160,441
30	Housewares and small electrical appliances	181,014	184,732	166,456	172,893	169,441	184,866	181,965
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	131,975	124,757	151,450	118,774	127,355	134,848	128,891
32	Plumbing, heating and building materials	***	***	***	***	***	***	***
33	Jewellery	129,398	118,199	125,370	111,683	117,289	120,157	120,985
34	Toys and games	88,995	89,707	101,179	96,912	100,161	117,408	114,552
35	Sporting goods and luggage	138,968	132,646	140,783	130,653	134,818	139,685	137,938
36	Stationery, books and magazines	100,605	101,051	101,774	113,122	114,364	123,704	130,783
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	56,573	55,477	57,861	49,971	50,561	52,001	52,288
38	Meals and lunches	***	***	***	***	***	***	***
39	Repairs and services	5,405	5,282	5,942	4,826	4,307	4,673	4,271
40	All other departments	74,267	67,776	63,474	73,294	63,966	63,764	59,524
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,040,777	3,006,135	3,253,500	3,006,794	3,064,526	3,144,395	3,087,450

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1982 et 1983(1)

1982						Change - Variation		Rayon	N°
July	August	September	October	November	December	July/ June 1983			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juillet/ juin 1983			
Thousands of dollars						per cent			
milliers de dollars						pourcentage			
53,390	48,491	49,698	45,887	44,435	43,000	+ 5.3		Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
42,804	42,996	51,326	42,969	43,029	49,588	+ 11.5		formes pour dames et jeunes filles	
121,200	119,337	126,199	119,758	121,394	135,994	- 1.3		Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
18,398	17,628	15,280	17,583	16,928	18,011	+ 0.3		filles	
68,989	68,120	73,923	69,912	67,729	76,613	- 8.4		Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
								Fourrures	4
								Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
								de chambres d'enfants	
46,050	43,545	52,262	42,814	45,226	46,232	+ 4.5		Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
48,972	48,002	49,779	44,138	47,892	52,978	- 1.1		Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
30,539	30,340	31,195	30,745	27,016	31,652	- 1.4		Sous-vêtements	8
1,529	2,027	2,330	2,377	2,239	2,327	+ 61.5		Chapeaux	9
28,462	27,123	29,454	29,075	29,227	34,191	- 3.8		Bas pour dames et fillettes	10
43,236	45,161	48,821	42,232	45,425	49,461	- 1.5		Gants, moufles et articles de parure pour	11
100,750	98,291	108,197	99,109	97,852	99,145	+ 11.1		dames et fillettes	
159,252	159,716	162,732	145,626	148,826	164,501	- 2.6		Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
146,026	147,408	159,732	146,048	147,889	156,835	- 7.5		enfants	
39,503	37,361	40,770	38,205	39,126	41,322	- 0.2		Vêtements pour hommes	13
								Articles d'habillement pour hommes	14
								Vêtements et articles d'habillement pour	15
								garçons	
75,207	74,422	74,445	64,298	71,807	77,083	+ 3.6		Chaussures pour hommes et garçons	16
***	***	***	***	***	***	***		Produits alimentaires et connexes	17
173,476	174,144	171,757	154,042	164,851	180,981	+ 6.4		Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
54,928	56,700	56,734	51,393	49,077	55,299	- 3.1		caments	
30,698	28,596	25,822	27,296	25,920	28,293	+ 9.1		Appareils et fournitures photographiques	19
								Tissus à la pièce	20
103,997	97,468	102,905	94,407	103,756	117,977	+ 6.7		Literie et linge de maison	21
38,793	37,767	39,180	36,014	37,454	44,053	+ 0.7		Menus articles	22
92,335	92,482	93,977	83,876	89,920	94,736	- 0.6		Porcelaine et verrerie	23
56,998	56,263	59,229	52,658	50,595	51,900	- 3.2		Revêtements de plancher	24
64,387	62,068	66,293	61,412	61,418	63,613	- 6.5		Tentures, rideaux et housses	25
49,607	49,514	52,213	49,029	49,831	54,430	+ 0.1		Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
195,691	191,967	202,524	189,204	187,444	201,135	- 6.7		d'ameublement pour la maison	
62,042	64,883	67,370	54,945	53,734	56,357	- 6.4		Meubles	27
133,862	131,532	131,297	131,298	131,154	144,869	+ 0.9		Gros appareils ménagers	28
140,222	139,024	146,847	128,739	153,799	172,142	- 1.6		Télévision, radio et musique	29
								Articles de ménage et petits appareils élec-	30
								triques	
134,132	129,279	137,286	125,977	118,978	139,860	- 4.4		Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
***	***	***	***	***	***	***		etc.	
123,007	119,454	123,943	115,049	120,860	126,772	+ 0.7		Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
86,473	87,474	88,439	83,479	85,915	103,238	- 2.4		truction	
128,501	123,707	125,853	123,082	126,813	139,118	- 1.3		Bijouterie	33
								Jouets et jeux	34
								Articles de sport et valises	35
95,622	93,379	93,881	85,544	92,777	101,561	+ 5.7		Papeterie, livres et revues	36
49,052	49,583	53,058	46,334	46,212	66,374	+ 0.6		Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
***	***	***	***	***	***	***		réparation et fournitures	
4,316	4,297	4,600	3,968	4,800	5,487	- 8.6		Repas et casse-croûtes	38
64,271	60,033	64,393	63,120	67,745	82,731	- 6.6		Services et travaux de réparation	39
								Tous autres rayons	40
957,979	2,927,499	3,083,081	2,804,523	2,915,066	3,156,073	- 1.8		TOTAL, TOUTS RAYONS	41

(1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 26. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1982 and 1983

No.	Department	1983						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	4.55	4.03	3.73	3.67	2.73	1.85	3.09
2	Women's and misses' coats and suits	3.44	3.94	2.66	2.51	2.88	3.76	7.99
3	Women's and misses' sportswear	3.82	3.38	3.23	3.74	2.87	2.16	3.10
4	Furs	3.92	5.04	7.54	12.42	63.97	32.55	15.09
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.53	3.97	3.46	4.14	3.82	3.43	4.62
6	Girls' and teenage girls' wear	3.84	3.63	2.70	3.47	3.10	2.43	4.64
7	Lingerie and women's sleepwear	3.91	3.51	3.40	3.63	3.05	2.21	2.78
8	Intimate apparel	4.58	4.33	3.34	3.74	3.42	2.73	3.46
9	Millinery	1.68	1.84	1.42	1.88	1.19	1.05	2.06
10	Women's and girls' hosiery	3.25	3.63	3.12	3.45	3.43	3.58	4.78
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4.68	4.99	3.91	3.95	3.27	2.76	4.03
12	Women's, misses' and children's footwear	5.74	6.26	4.82	4.56	4.33	3.18	5.38
13	Men's clothing	5.39	6.87	4.85	4.90	5.24	3.64	6.02
14	Men's furnishings	5.29	5.46	4.10	4.93	4.23	2.33	3.82
15	Boys' clothing and furnishings	5.75	6.03	3.87	3.84	3.59	3.07	5.83
16	Men's and boys' footwear	7.04	6.44	5.14	5.04	5.41	3.87	5.77
17	Food and kindred products	0.80	0.69	0.73	0.79	0.60	0.84	0.82
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5.17	3.97	3.83	4.43	3.88	4.00	4.50
19	Photographic equipment and supplies	5.94	5.96	5.19	5.63	5.43	4.15	4.67
20	Piece goods	6.83	6.70	6.33	6.30	7.96	5.81	8.10
21	Linens and domestics	3.83	7.01	5.17	5.49	5.78	3.95	4.28
22	Smallwares and notions	3.96	4.95	4.54	5.68	6.45	6.38	6.42
23	China and glassware	11.17	10.51	8.18	9.51	8.23	9.41	9.13
24	Floor coverings	5.14	4.91	3.89	4.12	4.52	4.15	3.57
25	Draperies, curtains and furniture coverings	5.97	5.61	4.93	4.37	4.25	3.82	3.89
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6.46	8.01	6.55	7.01	8.68	7.74	7.33
27	Furniture	4.76	5.46	4.45	5.50	4.48	3.73	2.86
28	Major appliances	1.65	2.08	1.74	2.11	1.51	0.87	0.81
29	Television, radio and music	3.83	4.69	4.00	5.32	5.20	4.93	4.32
30	Housewares and small electrical appliances	6.69	5.58	5.78	6.22	5.61	5.22	5.58
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	6.34	6.63	6.74	5.03	4.14	4.32	5.19
32	Plumbing, heating and building materials	5.54	4.51	4.59	3.88	3.24	2.28	2.86
33	Jewellery	12.26	9.92	7.85	7.70	7.07	6.31	7.92
34	Toys and games	9.39	7.85	6.12	6.70	6.41	6.08	6.19
35	Sporting goods and luggage	5.93	7.51	6.45	6.28	5.31	4.02	4.63
36	Stationery, books and magazines	4.68	4.45	3.52	5.17	5.42	4.99	6.39
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	4.09	4.54	3.37	3.32	2.82	2.40	2.95
38	Meals and lunches	0.07	0.07	0.07	0.07	0.06	0.06	0.06
39	Repairs and services	0.63	0.52	0.48	0.49	0.44	0.44	0.51
40	All other departments	2.61	2.63	2.50	2.78	1.95	1.71	2.10
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.25	4.35	3.81	4.16	3.74	3.16	3.68

TABLEAU 26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1982							Rayon	N ^o
July	August	September	October	November	December			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
3.24	2.88	2.67	3.54	2.80	1.67	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1	
7.88	3.33	3.90	2.86	2.08	1.82	formes pour dames et jeunes filles	2	
2.90	2.69	1.99	3.03	2.68	1.60	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	3	
9.70	10.47	6.58	5.52	3.44	3.09	filles	4	
4.10	2.78	2.90	3.34	2.68	1.88	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	5	
						Fourrures	4	
						Vêtements pour bébés et enfants et articles	5	
						de chambres d'enfants		
4.30	2.08	2.84	3.39	2.66	1.29	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6	
2.97	3.54	2.75	3.53	2.59	0.92	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
3.24	3.21	2.45	3.72	3.04	2.22	Sous-vêtements	8	
1.22	1.75	1.21	1.49	1.07	0.78	Chapeaux	9	
4.28	3.70	2.13	2.67	2.41	1.63	Bas pour dames et fillettes	10	
4.37	4.07	2.82	3.62	2.64	1.15	Gants, moufles et articles de parure pour	11	
5.87	4.63	3.49	4.18	3.13	2.98	dames et fillettes	12	
6.10	6.56	4.18	5.13	3.55	2.43	Chaussures pour dames, jeunes filles et	13	
4.66	4.69	4.00	5.09	3.09	1.08	enfants	14	
5.73	2.02	3.34	4.28	2.92	1.40	Vêtements pour hommes	15	
						Articles d'habillement pour hommes		
						Vêtements et articles d'habillement pour		
						garçons		
6.65	5.67	3.91	5.07	3.69	2.90	Chaussures pour hommes et garçons	16	
0.66	0.50	0.66	0.67	0.66	0.43	Produits alimentaires et connexes	17	
4.13	3.84	3.54	4.22	3.81	1.52	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18	
3.93	4.15	3.93	5.60	4.00	1.48	caments	19	
8.83	6.50	4.25	5.42	4.67	6.05	Appareils et fournitures photographiques	20	
						Tissus à la pièce		
3.82	3.65	3.00	3.84	4.08	2.77	Literie et linge de maison	21	
5.27	5.13	3.36	3.80	3.22	3.57	Menus articles	22	
2.15	9.89	6.96	8.48	6.20	3.02	Porcelaine et verrerie	23	
5.03	5.56	4.53	3.96	3.42	4.81	Revêtements de plancher	24	
4.30	4.48	4.20	4.54	3.84	3.67	Tentures, rideaux et houssees	25	
1.66	7.13	5.72	6.69	4.42	2.17	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26	
1.48	5.14	4.44	4.84	4.62	5.30	d'ameublement pour la maison	27	
1.47	1.86	1.47	1.39	1.37	1.45	Meubles	28	
1.24	4.03	2.66	3.89	3.05	1.90	Gros appareils ménagers	29	
1.30	4.43	4.21	4.17	4.14	1.93	Télévision, radio et musique	30	
						Articles de ménage et petits appareils élec-		
						triques		
1.22	6.02	5.24	5.03	4.94	3.66	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31	
1.94	3.78	3.57	3.45	3.82	4.04	etc.	32	
1.07	7.18	5.01	7.51	5.39	1.76	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	33	
1.67	7.67	8.84	6.91	2.64	0.73	truction	34	
1.00	4.91	5.10	7.67	5.14	2.39	Bijouterie	35	
						Jouets et jeux		
						Articles de sport et valises		
1.18	3.54	3.30	4.71	3.43	1.22	Papeterie, livres et revues	36	
1.60	3.10	3.33	2.87	2.35	2.77	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37	
1.04	0.03	0.04	0.04	0.04	0.03	réparation et fournitures	38	
1.72	0.69	0.65	0.57	0.45	0.37	Repas et casse-croûtes	39	
1.46	2.35	2.42	2.79	2.76	1.22	Services et travaux de réparation	40	
						Tous autres rayons		
83	3.65	3.23	3.81	3.06	1.80	TOTAL, TOUTS RAYONS	41	

TABLE 27. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, Canada, 1982 and 1983

Department No.	1983						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.21	0.26	0.30	0.29	0.35	0.44	0.35
2 Women's and misses' coats and suits	0.28	0.27	0.38	0.37	0.28	0.26	0.17
3 Women's and misses' sportswear	0.26	0.30	0.35	0.28	0.33	0.41	0.33
4 Furs	0.24	0.19	0.14	0.06	0.02	0.03	0.07
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	0.26	0.26	0.31	0.26	0.26	0.28	0.24
6 Girls' and teenage girls' wear	0.25	0.30	0.42	0.29	0.31	0.37	0.26
7 Lingerie and women's sleepwear	0.25	0.28	0.32	0.29	0.32	0.41	0.37
8 Intimate apparel	0.22	0.22	0.31	0.29	0.28	0.35	0.30
9 Millinery	0.44	0.51	0.61	0.67	0.59	0.93	0.62
10 Women's and girls' hosiery	0.29	0.28	0.35	0.31	0.29	0.27	0.21
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.21	0.20	0.28	0.26	0.29	0.33	0.26
12 Women's, misses' and children's footwear	0.16	0.17	0.23	0.22	0.23	0.28	0.20
13 Men's clothing	0.15	0.16	0.22	0.20	0.19	0.26	0.17
14 Men's furnishings	0.19	0.19	0.26	0.22	0.23	0.39	0.27
15 Boys' clothing and furnishings	0.18	0.17	0.27	0.27	0.27	0.31	0.21
16 Men's and boys' footwear	0.13	0.15	0.22	0.20	0.20	0.24	0.18
17 Food and kindred products	1.30	1.48	1.38	1.32	1.45	1.34	1.18
18 Toiletries, cosmetics and drugs	0.21	0.22	0.28	0.24	0.24	0.26	0.23
19 Photographic equipment and supplies	0.18	0.16	0.20	0.18	0.19	0.24	0.22
20 Piece goods	0.13	0.15	0.18	0.15	0.14	0.15	0.13
21 Linens and domestics	0.25	0.15	0.19	0.19	0.18	0.24	0.24
22 Smallwares and notions	0.22	0.20	0.22	0.19	0.16	0.16	0.16
23 China and glassware	0.08	0.10	0.12	0.10	0.13	0.10	0.11
24 Floor coverings	0.18	0.20	0.27	0.24	0.23	0.24	0.27
25 Draperies, curtains and furniture coverings	0.16	0.17	0.22	0.22	0.24	0.26	0.25
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.15	0.13	0.17	0.14	0.13	0.12	0.14
27 Furniture	0.19	0.17	0.24	0.19	0.23	0.25	0.34
28 Major appliances	0.57	0.49	0.60	0.50	0.61	1.01	1.24
29 Television, radio and music	0.24	0.21	0.27	0.19	0.19	0.20	0.23
30 Housewares and small electrical appliances	0.16	0.18	0.17	0.17	0.17	0.20	0.18
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	0.15	0.15	0.17	0.19	0.26	0.23	0.19
32 Plumbing, heating and building materials	0.16	0.21	0.23	0.27	0.30	0.42	0.36
33 Jewellery	0.08	0.10	0.13	0.13	0.14	0.15	0.13
34 Toys and games	0.12	0.13	0.17	0.16	0.15	0.17	0.17
35 Sporting goods and luggage	0.16	0.13	0.17	0.17	0.19	0.24	0.21
36 Stationery, books and magazines	0.22	0.22	0.29	0.22	0.19	0.20	0.17
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.22	0.22	0.30	0.31	0.35	0.40	0.35
38 Meals and lunches	15.77	13.74	15.43	13.42	14.87	16.81	15.38
39 Repairs and services	1.45	1.79	2.21	1.99	2.15	2.38	1.99
40 All other departments	0.35	0.38	0.44	0.41	0.46	0.55	0.47
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.22	0.22	0.27	0.25	0.26	0.30	0.27

TABLEAU 27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1982							Rayon	N°
July	August	September	October	November	December			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
0.33	0.32	0.38	0.31	0.35	0.52	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-		
0.16	0.31	0.28	0.34	0.42	0.48	formes pour dames et jeunes filles		1
0.36	0.36	0.49	0.36	0.38	0.55	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes		2
0.10	0.10	0.15	0.20	0.27	0.32	filles		
0.27	0.33	0.35	0.32	0.35	0.52	Vêtements sport pour dames et jeunes filles		3
						Fourrures		4
						Vêtements pour bébés et enfants et articles		5
						de chambres d'enfants		
0.26	0.44	0.37	0.29	0.38	0.62	Vêtements de fillettes et d'adolescentes		6
0.34	0.28	0.36	0.32	0.40	0.86	Lingerie et vêtements de nuit pour dames		7
0.31	0.31	0.38	0.30	0.32	0.45	Sous-vêtements		8
0.83	0.68	0.87	0.85	1.00	1.24	Chapeaux		9
0.25	0.27	0.44	0.40	0.41	0.59	Bas pour dames et fillettes		10
0.24	0.25	0.36	0.31	0.39	0.72	Gants, moufles et articles de parure pour		11
0.17	0.21	0.28	0.25	0.30	0.33	dames et fillettes		
0.16	0.17	0.22	0.21	0.28	0.39	Chaussures pour dames, jeunes filles et		12
0.23	0.22	0.26	0.22	0.31	0.74	enfants		
0.21	0.41	0.31	0.26	0.32	0.63	Vêtements pour hommes		13
						Articles d'habillement pour hommes		14
						Vêtements et articles d'habillement pour		15
						garçons		
0.15	0.17	0.24	0.21	0.27	0.33	Chaussures pour hommes et garçons		16
1.47	1.82	1.61	1.58	1.65	2.04	Produits alimentaires et connexes		17
0.24	0.25	0.28	0.27	0.28	0.58	Articles de toilette, cosmétiques et médi-		18
0.26	0.24	0.24	0.21	0.24	0.59	caments		
0.11	0.15	0.21	0.21	0.20	0.17	Appareils et fournitures photographiques		19
						Tissus à la pièce		20
0.25	0.26	0.33	0.28	0.26	0.37	Literie et linge de maison		21
0.16	0.18	0.29	0.27	0.30	0.31	Menus articles		22
0.11	0.10	0.14	0.12	0.17	0.34	Porcelaine et verrerie		23
0.19	0.18	0.21	0.26	0.27	0.22	Revêtements de plancher		24
0.23	0.21	0.23	0.24	0.26	0.28	Tentures, rideaux et housses		25
0.15	0.14	0.17	0.16	0.22	0.41	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles		26
0.22	0.19	0.22	0.22	0.21	0.21	d'ameublement pour la maison		
0.70	0.53	0.66	0.72	0.74	0.71	Meubles		27
0.23	0.24	0.36	0.29	0.34	0.52	Gros appareils ménagers		28
0.23	0.22	0.24	0.25	0.26	0.48	Télévision, radio et musique		29
						Articles de ménage et petits appareils élec-		30
						triques		
0.19	0.17	0.18	0.21	0.19	0.28	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,		31
0.35	0.26	0.28	0.29	0.28	0.28	etc.		
0.14	0.14	0.19	0.15	0.20	0.49	Matériel de plomberie, chauffage et cons-		32
0.18	0.14	0.12	0.16	0.34	0.91	truction		
0.24	0.19	0.20	0.15	0.18	0.39	Bijouterie		33
						Jouets et jeux		34
						Articles de sport et valises		35
0.20	0.28	0.29	0.23	0.30	0.70	Papeterie, livres et revues		36
0.39	0.33	0.30	0.37	0.41	0.39	Essence, huile, accessoires d'automobile,		37
27.70	29.56	26.63	23.92	27.95	34.05	réparation et fournitures		38
1.39	1.45	1.56	1.82	2.27	2.59	Repas et casse-croûtes		39
0.40	0.40	0.42	0.40	0.37	0.72	Services et travaux de réparation		40
						Tous autres rayons		
0.26	0.26	0.30	0.28	0.32	0.51	TOTAL, TOUTS RAYONS		41

TABLE 28. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Unadjusted, Canada, 1981-1983

TABLERAU 28. Montants à recevoir(1), non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983

Month	1981	1982	1983	Change from previous month	Change 1983/1982
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1983/1982
	thousands of dollars			per cent	
	milliers de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,554,350	1,624,889	1,668,020	- 5.0	+ 2.7
February - Février	1,488,706	1,554,529	1,599,438	- 4.1	+ 2.9
March - Mars	1,476,287	1,537,740	1,566,508	- 2.1	+ 1.9
April - Avril	1,483,717	1,536,243	1,583,987	+ 1.1	+ 3.1
May - Mai	1,493,281	1,527,443	1,601,258	+ 1.1	+ 4.8
June - Juin	1,501,535	1,505,203	1,585,200	- 1.0	+ 5.3
July - Juillet	1,523,351	1,477,266	1,553,254	- 2.0	+ 5.1
August - Août	1,512,048	1,476,402			
September - Septembre	1,537,138	1,536,070			
October - Octobre	1,550,904	1,554,259			
November - Novembre	1,622,633	1,613,782			
December - Décembre	1,788,145	1,755,331			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 29. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983

TABLERAU 29. Montants à recevoir(1), désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983

Month	1981	1982	1983	Change from previous month	Change 1983/1982
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1983/1982
	millions of dollars			per cent	
	millions de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,470.0	1,538.5	1,576.1	+ 2.5	+ 2.4
February - Février	1,480.0	1,551.8	1,576.4	--	+ 1.6
March - Mars	1,499.0	1,563.8	1,593.1	+ 1.1	+ 1.9
April - Avril	1,515.0	1,566.1	1,614.5	+ 1.3	+ 3.1
May - Mai	1,537.0	1,567.6	1,635.0	+ 1.3	+ 4.3
June ^r - Juin ^r	1,563.0	1,563.0	1,639.0	+ 0.2	+ 4.9
July ^p - Juillet ^p	1,615.0	1,560.6	1,633.3	- 0.3	+ 4.7
August - Août	1,595.0	1,554.2			
September - Septembre	1,581.0	1,569.9			
October - Octobre	1,565.0	1,566.3			
November - Novembre	1,570.0	1,563.8			
December - Décembre	1,563.0	1,537.8			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

Department Store Sales and
Stocks, MCD, Seasonal
and Trading Day Factors

Ventes et stocks des grands
magasins MDC et coefficients de
corrections des variations
saisonnières et des jours
commerciaux

TABLE 30. Department Store Sales and Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1983

Department		Sales - Combined Seasonal and Trading Day Factors			
		Ventes - Coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux			
No.		MCD in June	June ^F	July ^P	August ^P
		MDC en juin	Juin ^F	Juillet ^P	Août ^P
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5	112.36	95.97	94.3
2	Women's and misses' coats and suits	7	40.10	45.39	116.7
3	Women's and misses' sportswear	3	98.19	88.80	97.5
4	Furs	12	18.96	51.48	83.6
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	5	88.77	87.94	109.1
6	Girls' and teenage girls' wear	4	88.76	77.74	143.2
7	Lingerie and women's sleepwear	3	89.94	86.60	74.9
8	Intimate apparel	4	111.59	95.90	99.1
9	Millinery	9	61.08	57.26	62.4
10	Women's and girls' hosiery	3	85.10	66.88	82.1
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4	82.90	65.62	77.1
12	Women's, misses' and children's footwear	5	96.20	75.61	99.1
13	Men's clothing	4	99.68	69.26	85.1
14	Men's furnishings	5	107.97	75.05	76.1
15	Boys' clothing and furnishings	5	85.62	74.21	147.1
16	Men's and boys' footwear	6	106.48	78.74	93.1
17	Food and kindred products	4	89.84	85.42	101.1
18	Toiletries, cosmetics and drugs	2	88.37	84.88	88.1
19	Photographic equipment and supplies	4	103.87	98.11	101.1
20	Piece goods	6	90.73	74.68	96.1
21	Linens and domestics	3	101.68	104.83	99.1
22	Smallwares and notions	4	77.87	79.98	89.1
23	China and glassware	4	81.77	78.57	77.1
24	Floor coverings	5	101.77	98.91	94.1
25	Draperies, curtains and furniture coverings	3	111.53	107.56	97.1
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	83.05	84.83	86.1
27	Furniture	4	109.34	113.02	97.1
28	Major appliances	5	107.02	117.43	97.1
29	Television, radio and music	5	78.45	81.81	89.1
30	Housewares and small electrical appliances	3	93.80	91.34	89.1
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	3	118.13	99.58	90.1
32	Plumbing, heating and building materials	6	125.28	111.20	98.1
33	Jewellery	3	87.63	73.74	78.1
34	Toys and games	4	61.85	63.11	61.1
35	Sporting goods and luggage	3	131.33	109.13	83.1
36	Stationery, books and magazines	3	83.87	74.65	101.1
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5	104.63	96.71	92.1
38	Meals and lunches	3	97.62	93.28	91.1
39	Repairs and services	6	97.68	82.42	81.1
40	All other departments	5	114.09	92.47	91.1
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3	95.46	87.55	91.1

BLEAU 30. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1983

ocks - Seasonal Factors

ocks - Coefficients des variations saisonnières

				Rayon	N°
D in June	June ^r	July ^p	August		
C en juin	Juin ^r	Juillet ^p	Août		
86.78		94.49	87.41	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
66.57		124.34	128.21	formes pour dames et jeunes filles	2
91.74		100.28	98.00	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	3
90.33		90.73	100.78	filles	4
92.29		122.44	103.19	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	5
				Fourrures	6
				Vêtements pour bébés et enfants et articles	7
				de chambres d'enfants	8
88.49		122.90	109.36	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	9
88.78		93.12	96.88	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	10
93.03		99.29	98.03	Sous-vêtements	11
67.27		75.15	83.91	Chapeaux	12
97.08		103.64	110.56	Bas pour dames et fillettes	13
85.24		94.81	95.38	Gants, moufles et articles de parure pour	14
97.49		101.74	101.66	dames et fillettes	15
85.75		95.74	115.14	Chaussures pour dames, jeunes filles et	16
89.26		99.98	102.35	enfants	17
87.30		130.71	94.75	Vêtements pour hommes	18
				Articles d'habillement pour hommes	19
				Vêtements et articles d'habillement pour	20
				garçons	21
98.70		102.71	101.42	Chaussures pour hommes et garçons	22
...		Produits alimentaires et connexes	23
97.14		97.84	90.14	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	24
				caments	25
90.90		99.14	98.64	Appareils et fournitures photographiques	26
97.96		104.75	101.26	Tissus à la pièce	27
101.37		97.37	90.87	Literie et linge de maison	28
108.72		111.02	101.72	Menus articles	29
98.14		99.50	98.49	Porcelaine et verrerie	30
106.35		104.49	103.22	Revêtements de plancher	31
97.42		101.61	95.28	Tentures, rideaux et housses	32
100.63		102.41	103.64	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	33
98.57		99.85	94.47	d'ameublement pour la maison	34
90.92		98.16	93.80	Meubles	35
99.79		96.62	93.50	Gros appareils ménagers	36
100.52		99.61	96.10	Télévision, radio et musique	37
				Articles de ménage et petits appareils élec-	38
				triques	39
104.63		104.61	108.75	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	40
...		etc.	41
94.87		96.12	95.02	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	42
81.56		88.30	107.39	truction	43
101.17		99.22	92.57	Bijouterie	44
				Jouets et jeux	45
				Articles de sport et valises	46
101.23		109.70	105.16	Papeterie, livres et revues	47
93.88		97.47	99.68	Essence, huile, accessoires d'automobile,	48
...		réparation et fournitures	49
96.94		107.42	106.34	Repas et casse-croûtes	50
99.39		104.46	95.82	Services et travaux de réparation	51
				Tous autres rayons	52
94.82		101.60	99.23	TOTAL, TOUS RAYONS	53

LIST OF DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - LISTE DES ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS

MAJOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS TRADITIONNELS

Ayre's Ltd., Water St., St. John's, Newfoundland
Bowring Bros. Ltd., 281 Water St., St. John's, Newfoundland
Caplan, C., Ltd., 135 Rideau St., Ottawa, Ontario
Eaton, T., Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario
Goudies Ltd., 22 King St. W., Kitchener, Ontario
Holman, R.T., Ltd., Water St., Summerside, Prince Edward Island
Hougens Ltd., 305 Main St., Whitehorse, Yukon
Hubert, Magasin J.O., Ltée, 163-165 rue Principale, Maniwaki, Québec
Hudson's Bay Co., 2 Bloor St. E., Toronto, Ontario
Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd., 4910-50th St., Lloydminster, Saskatchewan
Ogilvy, Charles, Ltd., 126 Rideau St., Ottawa, Ontario
Ogilvy's, James A., Ltd., Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec
Right House, The, Co. Ltd., 35-41 King St. E., Hamilton, Ontario (Closed February 1983 - Fermée février 1983)
Robinson, The G.W., Co. Ltd., 18 James St., Hamilton, Ontario
Simpsons Ltd., 401 Bay St., Toronto, Ontario
Simpson Sears Ltd., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario
Smith & Chapple Ltd., 24 Birch St., Chapleau, Ontario
Woodward Stores (Alta.) Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia
Woodward Stores (B.C.) Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

JUNIOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS POPULAIRES

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario
Sentry Dep't. Stores Ltd., 1650 Avenue Rd., Toronto, Ontario
Steinberg Inc., Miracle Mart Division, 5151 Thimens, St-Laurent, Québec
Towers Department Stores Ltd., 6509 Airport Rd., Mississauga, Ontario
Woolco Department Stores, c/o F.W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario
Zeller's Ltd., 5250 Decarie Blvd., Montréal, Québec

SELECTED PUBLICATIONS

Following are publications of the Merchandising and Services Division in the Retail Trade sector.

Catalogue

- 63-002 Department Store Sales and Stocks. M. Bil. 36 pp. First Issue, 1938. (ISSN 0380-7045).

Total sales and number of outlets, by province and selected metropolitan area, and sales and inventories by department, Canada.

- 3-004 Department Store Sales by Regions. Advance Release. M. Bil. 1 pp. First Issue, 1950. (ISSN 0709-8650).

Total sales and percentage changes of sales, by region.

- 3-005 Retail Trade. M. Bil. Approx. 65 pp. First Issue, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total retail sales by province and kind of business, for chain and independent stores; seasonally adjusted sales, Canada.

- 3-007 New Motor Vehicle Sales. M. Bil. Approx. 15 pp. First Issue, 1932. (ISSN 0705-5595).

Number and value of new passenger cars, trucks and buses sold by province and by origin (Canada and U.S. or imported). Monthly unit sales, by type and origin, seasonally adjusted.

- 63-014 Merchandising Inventories. M. Bil. 24 pp. First Issue, 1972. (ISSN 0380-7177).

Inventories and stocks/sales ratios, by type of trade for wholesale, by department for department stores, by kind of business for chain stores and independent stores: quarterly percentage changes for independent stores by kind of business.

- 63-210 Retail Chain and Department stores. A. Bil. Approx. 74 pp. First Issue, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total retail sales by chain and department stores including data on floor area, inventory and accounts receivable.

CHOIX DE PUBLICATIONS

Les publications suivantes se trouvent à la Section du commerce de détail, Division du commerce et des services.

Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M. Bil. 36 pages. Premier numéro, 1938. (ISSN 0380-7045).

Ventes totales et nombre de points de ventes par provinces et certaines régions métropolitaines, ventes et stocks par rayon, Canada.

- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M. Bil. 1 page. Premier numéro, 1950. (ISSN 0709-8650).

Variations en pourcentage et ventes par région.

- 63-005 Commerce de détail. M. Bil. Environ 65 pages. Premier numéro, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total des ventes au détail par province et genre de commerce, pour les magasins à succursales et les magasins indépendants; chiffres désaisonnalisés, Canada.

- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M. Bil. Environ 15 pages. Premier numéro, 1932. (ISSN 0705-5595).

Nombre et valeur des voitures particulières, des camions et des autobus neufs vendus par province et par lieu d'origine (Canada et É.-U. ou importés). Ventes unitaires mensuelles selon le type et l'origine, après désaisonnalisation.

- 63-014 Stocks commerciaux. M. Bil. 24 pages. Premier numéro, 1972. (ISSN 0380-7177).

Stocks et rapports stocks/ventes, par genre de commerce pour le commerce de gros, par rayon pour les grands magasins et par genre de commerce pour les magasins à succursales et magasins indépendants: variations trimestrielles en pourcentage pour les magasins indépendants suivant le genre de commerce.

- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A. Bil. Environ 74 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total des ventes au détail pour les magasins à succursales et les grands magasins, incluant des données sur la superficie total, des stocks, et comptes à recevoir.

Catalogue

- 63-213 Vending Machine Operators. A. Bil. 21 pp. First Issue, 1958. (ISSN 0527-6411).

Sales of merchandise through automatic vending machines, by type of machine and location, Canada and provinces.

- 63-218 Direct Selling Canada. A. Bil. 14 pp. First Issue, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Sales of various commodities by method of distribution; door-to-door, mail order, etc.

- 63-219 Campus Book Stores, A. Bil. Approx. 8 pp. First Issue, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Retail sales by commodities, employees and payroll, by regions, provinces and Canada, for academic years.

- 63-224 Market Research Handbook. A. Bil. 700 pp. First Issue, 1975. (ISSN 0590-9325).

The data covers such topics as general economic indicators, population characteristics, personal income and expenditure and household facilities.

- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O. Bil. 695 pp. (ISBN 0-660-506-13-0). The publication provides revised retail trade estimates for the years 1972 to 1979, both unadjusted and seasonally adjusted and also sections on definitions, concepts, classifications, methodology and data reliability.

Operating Results - Retail Trades. O. Bil. 29 pp. First Issue, 1974.

Reports in the Operating Results series contain ratios (percentages of net sales) for: purchases, inventories, cost of goods sold, gross profit, operating expense items and net profit.

Catalogue

- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A. Bil. 21 pages. Premier numéro, 1958. (ISSN 0527-6411).

Ventes de marchandise selon le genre de machine et l'emplacement, Canada et provinces.

- 63-218 La vente directe au Canada. A. Bil. 14 pages. Premier numéro, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Ventes de divers produits, par mode de distribution: démarchage, poste, etc.

- 63-219 Librairies de campus. A. Bil. Environ 8 pages. Premier numéro, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Ventes au détail par article, ainsi que nombre d'employés et la paye, par région, par province et au Canada par année scolaire.

- 63-224 Manuel statistique pour études de marché. A. Bil. 700 pages. Premier numéro, 1975. (ISSN 0590-9325).

Les données portent sur des sujets tels que les indicateurs économiques généraux, les caractéristiques de la population, le revenu et les dépenses des particuliers et l'équipement ménager.

- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S. Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0). Cette publication contient des données brutes et désaisonnalisées, révisées de 1972 à 1979, des sections sur les définitions, les concepts de classement, la méthodologie ainsi que des renseignements sur la fiabilité des données.

Résultats d'exploitation - Commerce de détail. H.S. Bil. 29 pages. Premier numéro, 1974.

Les bulletins de la série des Résultats de l'exploitation contiennent des ratios (pourcentages des ventes nettes) pour les achats, les stocks, le coût des biens vendus, les bénéfices bruts, les dépenses d'exploitation et les bénéfices nets.

Catalogue

The following reports on Operating Results are available.

- 63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1979
- 63-604 Independent Women's Retail Clothing Stores, 1975
- 63-605 Independent Retail Hardware Stores, 1976
- 63-606 Retail Shoe Stores, 1977
- 63-607 Retail Drug Stores, 1978
- 63-608 Retail Florists, 1979
- 63-609 Independent Retail Jewellery Stores, 1978
- 63-610 Retail Hardware Stores, 1980
- 63-611 Women's Retail Clothing Stores, 1980
- 63-612 Retail Family Clothing Stores, 1980
- M. - Monthly A. - Annual Bil. - Bilingual
H.S. - Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on a wide variety of economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available free on request from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue

Les publications suivantes sur les résultats d'exploitation sont maintenant disponibles.

- 63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1979
- 63-604 Magasins indépendants de vente au détail de vêtements pour dames, 1975
- 63-605 Magasins indépendants de vente au détail de quincaillerie, 1976
- 63-606 Magasins de vente au détail de chaussures, 1977
- 63-607 Pharmacies au détail, 1978
- 63-608 Magasins de fleuristes, vente au détail, 1979
- 63-609 Magasins indépendants de vente au détail de bijouterie, 1978
- 63-610 Magasins de vente au détail de quincaillerie, 1980
- 63-611 Magasins de vente au détail de vêtements pour dames, 1980
- 63-612 Magasins de vente au détail de vêtements pour la famille, 1980
- M. - Mensuel A. - Annuel Bil. - Bilingue
H.S. - Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et social du Canada. On peut se procurer gratuitement un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Department store sales and stocks

August 1983

Ventes et stocks des grands magasins

Août 1983

Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Merchandising and Services Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V4 (Telephone: 996-9304) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (992-4734)	Edmonton (420-3027)
Toronto (966-6586)	Vancouver (666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	Zenith 0-7037
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
British Columbia (South and Central)	112-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by NorthwTel Inc.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories (area served by NorthwTel Inc.)	Zenith 2-2015

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales and Services, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V7.

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division du commerce et des services,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V4 (téléphone: 996-9304) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (992-4734)	Edmonton (420-3027)
Toronto (966-6586)	Vancouver (666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	Zénith 0-7037
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
Colombie-Britannique (sud et centrale)	112-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la NorthwTel Inc.)	Zénith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la NorthwTel Inc.)	Zénith 2-2015

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes et de la distribution des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V7.

Statistics Canada
Merchandising and Services Division
Retail Trade Section

Department store sales and stocks

August 1983

Statistique Canada
Division du commerce et des services
Section du commerce de détail

Ventes et stocks des grands magasins

Août 1983

Published under the authority of
the Minister of Supply and
Services Canada

Statistics Canada should be credited when
reproducing or quoting any part of this document

Minister of Supply
and Services Canada 1983

November 1983
5-3406-503

Prix: Canada, \$3.15, \$31.50 a year
Other Countries, \$3.80, \$37.80 a year

Catalogue 63-002, Vol. 48, No. 8

ISBN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par
le ministre des Approvisionnements et
Services Canada

Reproduction ou citation autorisée sous réserve
d'indication de la source: Statistique Canada

© Ministre des Approvisionnements
et Services Canada 1983

Novembre 1983
5-3406-503

Prix: Canada, \$3.15, \$31.50 par année
Autres pays, \$3.80, \$37.80 par année

Catalogue 63-002, vol. 48, n° 8

ISSN 0380-7045

Ottawa

SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or, in this publication less than half unit expressed.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the CANSIM staff, Current Economic Analysis Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-995-7406), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

SIGNES CONVENTIONNELS

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou, dans la présente publication, inférieur à la moitié de l'unité exprimée.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les ventes et stocks des grands magasins (matrice n° 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de support sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel CANSIM, Division de l'analyse de conjoncture Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-995-7406), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

TABLE OF CONTENTS

	Page
Introduction	vii
Definitions	viii
Methodology	ix
Data Reliability	x
Non-sampling Errors	x
Non-sampling Error Measures	xi
Seasonal Adjustment	xiii
Constant Dollar Estimates	xiv
Data Confidentiality	xvi
Explanatory Notes	xvi
Charts	
Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983	xviii
Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983	xviii
Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1981-1983	xix
Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1981-1983	xx
Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1981-1983	xx
Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization	xxi
Highlights	xxiii
Appendix	
Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983	2

TABLE DES MATIÈRES

	Page
Introduction	vii
Définitions	viii
Méthodologie	ix
Fiabilité des données	x
Erreurs non liées à l'échantillonnage	x
Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage	xi
Désaisonnalisation	xiii
Estimations en dollars constants	xiv
Confidentialité des données	xvi
Notes explicatives	xvi
Graphiques	
1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1981-1983	xviii
2. Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1981-1983	xviii
3. Ventes des grands magasins et commerce de détail Total, par mois, Canada, 1981-1983	xix
4. Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1981-1983	xx
5. Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983	xx
6. Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisation	xxi
Points saillants	xxiii
Tableau	
1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	2

TABLE OF CONTENTS - Continued

TABLES DES MATIÈRES - suite

Table	Page
2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983	4
3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983	6
4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	6
5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983	8
6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	8
7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983	10
8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	10
9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983	12
10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	12
11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983	14
12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	14
13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983	16
14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	16
15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983	18
16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983	19

Tableau

Tableau	Page
2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1982 et 1983	4
3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1982 et 1983	6
4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	6
5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983	8
6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	8
7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983	10
8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	10
9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1982 et 1983	12
10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	12
11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983	14
12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	14
13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983	16
14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	16
15. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	18
16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1982 et 1983	19

TABLE OF CONTENTS - Concluded

	Page
7. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	19
8. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983	20
9. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	20
10. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983	21
11. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	21
12. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1981-1983	22
13. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981-1983	23
14. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, 1982 and 1983	24
15. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983	26
16. Department Store Monthly Stock-Sales Ratios, by Department, Canada, 1982 and 1983	28
17. Department Store Monthly Sales-Stock Ratios, by Department, 1982 and 1983	30
18. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted, Canada, 1981-1983	32
19. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983	32
20. Department Store Sales and Stocks MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1983	34
21. List of Department Store Organizations	36
22. Selected Publications	37

TABLES DES MATIÈRES - fin

	Page
Tableau	
17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	19
18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983	20
19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	20
20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983	21
21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	21
22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1981-1983	22
23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1981-1983	23
24. Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	24
25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1982 et 1983	26
26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	28
27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	30
28. Montants à recevoir, non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983	32
29. Montants à recevoir, désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983	32
30. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1983	34
Liste des organisations de grands magasins	36
Choix de publications	37

INTRODUCTION

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services. A "List of Department Store Organizations" can be found at the end of this publication.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Merchandising and Services Division, to be utilized. (The census also measures the activities of "establishments", however, this concept is not used in the monthly survey of department stores.) Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. For example, non-department store locations are classified to the kind of business most appropriate to their commodity structure with the catalogue sales activity of department store organizations classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its leased departments, if any, is considered to be a total entity; that is, it competes in the market place as one structure, rather than as a number of smaller stores.

INTRODUCTION

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971. La "Liste des organisations de grands magasins" est donnée à la fin de cette publication.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division du commerce et des services. (Le recensement mesure également les activités des "établissements", toutefois cette unité d'observation n'est pas utilisée dans l'enquête mensuelle sur les grands magasins.) En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les firmes déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les rayons de concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement unique et non comme un regroupement de petits magasins.

Definitions

Retail Location

A retail location, as defined by Statistics Canada, is a business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public for household or personal consumption.

Department Store

A retail location is defined as a department store outlet if it possesses the following characteristics. It must sell the following general lines of merchandise:

Family clothing and apparel. This commodity group is composed of some or all of the following lines: women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms; women's and misses' coats and suits; women's and misses' sportswear; furs; infants' and children's wear; girls' and teenage wear; lingerie and women's sleepwear; intimate apparel; millinery; women's and girls' hosiery; women's and girls' gloves, mitts and accessories; women's, misses' and children's footwear; men's clothing; men's furnishings; boys' clothing and furnishings; men's and boys' footwear. **Note:** The outlet must sell at least six of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being men's and boys' clothing or furnishings. At least 20% of the outlet's total sales must be derived from the family clothing and apparel group.

Furniture, appliance and home furnishings. This commodity group is composed of some or all of the following lines: linens and domestics; china and glassware; home furnishings; furniture, wooden and upholstered goods for living room, dining room and bedroom; major appliances; television, radio and music; hardware and housewares. **Note:** The outlet must sell at least four of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being furniture (wooden and upholstered goods for dining room and/or living room and/or bedroom). At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the furniture, appliance and home furnishings group.

All other (miscellaneous). This category includes all commodities sold by the outlet but not shown above, **such as:** toiletries, cosmetics and drugs; photographic equipment and supplies; piece goods; notions and smallwares; jewellery; sporting goods and luggage; stationery, books and magazines; and food. **Note:** The outlet must sell at

Définitions

Point de vente au détail

Suivant la définition de Statistique Canada, un point de vente au détail est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et des services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle.

Grand magasin

Un point de vente au détail est un grand magasin s'il possède les caractéristiques suivantes:

Vêtements pour la famille. Ce groupe comprend les articles suivants: robes pour dames et jeunes filles, robes de ménage, tabliers et uniformes; manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles; vêtements de sport pour dames et jeunes filles; fourrures; vêtements de bébés et d'enfants; vêtements de fillettes et d'adolescentes; lingerie et vêtements de nuit pour dames; sous-vêtements; chapeaux; bas pour dames et fillettes; gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes; chaussures pour dames, jeunes filles et enfants; vêtements pour hommes; articles d'habillement pour hommes; vêtements et articles d'habillement pour garçons; chaussures pour hommes et garçons. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins six des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être les vêtements ou articles d'habillement pour hommes et garçons. Au moins 20% des ventes globales du magasin doivent se faire dans le groupe de vêtements pour la famille.

Meubles, appareils et articles d'ameublement ménager. Ce groupe comprend les articles suivants: literie et linge de maison; porcelaine et verrerie; articles d'ameublement ménager; meubles, de bois ou rembourrés, pour salle de séjour, salle à manger ou chambre à coucher; gros appareils, télévision, radio et musique; quincaillerie et articles de ménage. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins quatre des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être de meubles (de bois ou rembourrés pour salle à manger et (ou) salle de séjour et (ou) chambre à coucher). Au moins 10 % des ventes globales du magasin doivent provenir du groupe des meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.

Tous autres articles (divers). Cette catégorie comprend toutes les marchandises que tient le magasin, mais qui ne figurent pas ci-dessus **telles que:** articles de toilette, cosmétiques, médicaments; appareils et fournitures photographiques; tissus à la pièce; mercerie et menus articles; bijouterie; articles de sport et valises; papeterie, livres et revues; et aliments.

least **three** different commodity lines with not one of these lines representing more than 50% of the **total** store sales. At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the all other or miscellaneous groups.

Total net sales and receipts are defined as the total sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, restaurant and other services, less returns, adjustments and discounts. Trade-in allowances are not deducted. Commissions earned from the sales of goods owned by others and proprietors' withdrawals of goods (at retail) for personal use are included. Non-trading revenues, bad debts recovered and direct sales taxes are excluded.

Stocks are defined as the selling value of inventory on hand at the end of the month or as at the end of the fiscal period falling nearest the end of the calendar month.

Accounts receivable are defined as customers' accounts and notes receivable as at the end of the month, as well as all new credit granted during the month, less payments received. Accounts discounted with banks, paper sold to sales finance companies, or amounts owing on account of credit-card plans, are excluded. Accounts receivable used as security for bank loans are not considered as discounted if still payable and are therefore included.

Junior Department Stores are defined as retailing entities which sell the same wide range of goods (see department store definition) that are sold in the more traditional (major) department stores and are popularly described as discount operations.

Methodology

The **monthly sales values**, published at the Canada, provincial and metropolitan area levels, are based on the universe of department store organizations. A 100% response rate is aimed for each month with the publication usually delayed if large department store organizations have not responded in time. The monthly sales figures are estimated when necessary, due only to late response, by applying an imputation method which is unique to each organization.

The **monthly sales values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdown of sales. The percentage

Nota: Le magasin doit tenir au moins **trois** des séries mentionnées ci-dessus, dont aucune ne doit représenter plus de 50% des ventes **globales** du magasin. Au moins 10% des ventes globales du magasin doivent provenir des groupes tous autres articles ou divers.

Les **ventes et recettes nettes totales** sont définies comme le total des ventes de marchandises neuves et usagées et des recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres services, moins les rendus, les rajustements et les remises. La valeur des reprises n'est pas déduite. Les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel sont comptées. Les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente directes sont exclus.

Les **stocks** englobent la valeur marchande des stocks détenus à la fin du mois ou de la période financière la plus rapprochée.

Par **comptes à recevoir** on entend les comptes et billets à recevoir des clients à la fin du mois, ainsi que de tout nouveau crédit consenti au cours du mois, moins les paiements reçus. Les comptes escomptés à la banque, les titres vendus à des sociétés de financement des ventes et les montants dus en vertu d'un régime de cartes de crédit ne sont pas comptés. Les comptes à recevoir servant à garantir un emprunt bancaire ne sont pas considérés comme étant escomptés s'ils sont encore payables; ils sont donc inclus.

Les **grands magasins populaires** sont définis comme étant des points de ventes au détail qui offre la même vaste gamme d'articles (voir la définition d'un grand magasin) que les grands magasins traditionnels et qui sont généralement considérés comme des magasins à prix réduits.

Méthodologie

Le **chiffre des ventes mensuelles**, publié pour le Canada, les provinces et les régions métropolitaines, est établi en fonction de l'univers des sociétés de grands magasins. Puisque l'on vise chaque mois un taux de réponse de 100%, la publication est habituellement retardée si une grande firme n'a pas fait parvenir sa déclaration dans les délais prévus. Dans le cas d'une réponse tardive, il est possible de calculer un chiffre estimatif des ventes mensuelles grâce à une méthode d'imputation qui est unique à chaque firme.

Le **chiffre des ventes mensuelles par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes. La répartition en pourcentage des ventes

distributions of sales by department, calculated from the reporting organizations, are applied to the monthly Canada sales total in order to provide an estimate of sales by department at the Canada level.

The monthly stock values by department, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdowns of sales and stocks. A stock-to-sales ratio for each department, calculated from the reporting organizations, is applied to the corresponding department's monthly sales estimate in order to provide an estimate of stocks by department at the Canada level.

The monthly accounts receivable values, published at the Canada level, are based on a panel of department store organizations which are known to have accounts receivable. Data for late respondents are estimated by applying the monthly percentage change in accounts receivable, calculated from the reporting organizations, to the previous month's data of each organization that was late in reporting.

Data Reliability

Non-sampling Errors

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the organizations listed at the end of this publication. The survey can be considered as a complete census of the population under consideration and therefore not subject to sampling errors; however, even under a census situation, with a complete enumeration each month of all known department store locations, errors in published data can occur. These errors, called non-sampling errors, are present whether a sample or a complete census of the population is taken and can be attributed to one or more of the following sources:

Coverage error. This error can result from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

Data response error. This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses under different modes of communication.

par rayon obtenues auprès des firmes déclarantes est appliquée au chiffre mensuel des ventes totales pour le pays afin d'établir une estimation des ventes par rayon pour l'ensemble du Canada.

Le chiffre des stocks mensuels par rayon publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes et des stocks. Pour chaque rayon, le rapport des ventes aux stocks (calculé à partir des déclarations des firmes) est appliqué à l'estimation des ventes mensuelles afin de produire une estimation des stocks pour le Canada.

Le chiffre des comptes à recevoir mensuel pour l'ensemble du pays provient des sociétés de grands magasins qui ont de tels comptes. Les données relatives aux enquêtes retardataires sont estimées comme suit: on calcule d'abord la variation en pourcentage des comptes à recevoir des firmes déclarantes, puis on la fait porter sur les chiffres du mois précédent de la firme retardataire.

Fiabilité des données

Erreurs non liées à l'échantillonnage

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins énumérées à la fin de cette publication. Étant donné qu'elle peut être considérée comme un recensement exhaustif de la population observée, elle ne risque pas de comporter des erreurs d'échantillonnage. Par contre, même les données publiées d'un recensement qui dénombre intégralement à chaque mois l'ensemble des points de vente connus des grands magasins peuvent être entachées d'erreurs. Celles-ci, dites non liées à l'échantillonnage, se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

Le champ couvert par l'enquête. L'erreur résulte d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

La réponse. Ici, l'erreur peut être attribuable à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou à des variations, d'un interviewer à l'autre dans le mode de communication retenu, lorsqu'il s'agit d'expliquer des questions et d'interpréter des réponses.

Non-response error. Some respondents may refuse to answer questions, some are unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally increases with increases in the non-response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

Processing error. These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc.

Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control so that their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates in this publication all attempts have been made to minimize the non-sampling errors: department store locations have been defined in a most precise manner; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations; detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; and every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response burden.

Non-sampling Error Measures

One source of non-sampling error is the non-response error. Text Table I assists users in evaluating this error. Two response measures are derived, namely, the **response rate**, which is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication and the **response fraction**, which is a measure of the response rate, and is the proportion of published data which is based upon actual reported data.

The units used in the Department Store Sales and Stocks Survey for derivation of response rate is based on (1) the survey area - the 10 provinces, the two territories and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations and (2) the organizational unit - the department store firm (company) themselves. For example, a department store firm reporting for 20 stores in Ontario would be considered as one survey

La non-réponse. Certains enquêtés refusent de répondre, tandis que d'autres en sont incapables et encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur les non-répondants, lorsque celles-ci existent. On ne connaît généralement pas l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure qu'augmente le taux de non-réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

Le traitement. L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération et la totalisation.

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. En outre, il faut les cerner de sorte qu'elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. En ce qui concerne les estimations du présent bulletin, tout a été mis en oeuvre afin de minimiser ce genre d'erreurs. Ainsi, les points de vente des grands magasins ont été définis avec beaucoup de précision; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum le nombre d'interprétations éventuelles; les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; enfin, on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage

Parmi les erreurs non liées à l'échantillonnage, on retrouve l'erreur de non-réponse. Le tableau explicatif I donne deux mesures de la réponse qui aideront l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. Le **taux de réponse** représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication. La **fraction de réponse**, par contre, est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés.

Les unités utilisées pour calculer le taux de réponse de l'enquête sur les ventes et les stocks des grands magasins est fondée sur (1) les unités d'enquête - soit les 10 provinces, les deux territoires et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente et (2) les unités organisationnelles - les sociétés des grands magasins elles-mêmes. Par exemple, une société de grands magasins qui produit une déclaration pour 20 magasins en Ontario est considérée comme une unité d'en-

unit and one organizational unit while a firm reporting for five stores in Vancouver, 10 in British Columbia (excluding Vancouver) and two in Yukon would be considered as three survey units but only one organizational unit.

The data variables under consideration for derivation of the **response fraction** are sales, stocks and accounts receivable.

Text Table I gives the reliability of the survey data with respect to the non-response error. The response rate is given as the percentage of survey units and the corresponding organizational units which have responded in time for inclusion in this publication. The response fraction is given as the percentage of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores. For example, a cell of 20 organizational units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25% in terms of these units. If the five units represented \$8 million out of a published estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%. In cases such as these, the response rate alone would tend to underestimate the reliability of the estimate and both measures should be considered.

quête et une unité organisationnelle alors qu'une firme dont la déclaration porte sur cinq magasins à Vancouver, 10 en Colombie-Britannique (sauf Vancouver) et deux au Yukon représente trois unités d'enquête mais seulement une unité organisationnelle.

Les variables dont il faut tenir compte pour calculer la **fraction de réponse** sont les ventes, les stocks et les comptes à recevoir.

Le tableau explicatif I donne la fiabilité des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse. Le taux de réponse représente le pourcentage des unités d'enquête et des unités organisationnelles correspondantes qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans le présent bulletin. Par contre, la fraction de réponse constitue le pourcentage des données publiées qui sont fondées sur des renseignements effectivement déclarés par les grands magasins. Par exemple, le taux de réponse d'une cellule comportant 20 unités organisationnelles dont cinq répondent lors d'un mois donné atteindrait 25%. Cependant, si les cinq unités représentent \$8 millions sur l'estimation publiée de \$10 millions, la fraction de réponse s'élèverait à 80%. Comme le taux de réponse aurait, à lui seul, tendance à déprécier la fiabilité de l'estimation dans un tel cas, il faudrait tenir compte des deux unités de mesure.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1983
August

TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1983
Août

	Response rate		Response fraction
	Taux de réponse		Fraction de réponse
	Survey units	Organizational units	
	Unités d'enquête	Unités organisationnelles	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	99.1	95.8	99.9
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	58.3	87.2
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	41.7	60.8
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	100.0	100.0

Seasonal Adjustment

Time series contain the elements essential to the description, explanation and forecasting of the behaviour of an economic phenomenon: "They are statistical records of the evolution of economic processes through time."(1) In using time series to observe economic activity, economists and statisticians have identified four characteristic behavioural components: the long-term movement or trend, the cycle, the seasonal variations and the irregular (fluctuations). These movements are caused by various economic, natural or institutional factors. The seasonal variations occur periodically on a more or less regular basis over the course of the year as a result of seasonal changes in weather, statutory holidays and other events which occur at fairly regular intervals and thus have a major impact on the rate of economic activity.

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X-11-ARIMA seasonal adjustment method(2) to seasonally adjust its time series. This method minimizes the impact of seasonal variations on the series and essentially consists of adding one year of raw data onto the end of the original series before it is seasonally adjusted per se. The estimated factors are derived from forecasts and backcasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

The X-11 part of the X-11-ARIMA program consists primarily of the ratio-to-moving average method to smooth the modified series and obtain a preliminary estimate of the trend-cycle, to calculate the ratios of the original series (fitted) to the estimates of the trend-cycle and to estimate the seasonal factors from these ratios. The final seasonal factors are produced only after these operations have been repeated several times.(3) These procedures, used to determine the seasonal factors necessary to calculate the final seasonally adjusted series, are, since May 1983, executed every month instead of once a year. This permits

"A Note on the Seasonal Adjustment of Economic Time Series," **Canada Statistical Review**, August 1974.

For further information see the **X-11-ARIMA Seasonal Adjustment Method**, by Estella Bee Dagum, Statistics Canada, Catalogue 12-564E, Occasional.

See next page.

Désaisonnalisation

Les séries temporelles ou chronologiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. "Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps"(1). L'observation par les économistes et les statisticiens de l'activité économique à l'aide des séries temporelles a donc permis de distinguer quatre composantes principales du comportement des séries temporelles: la tendance à long terme ou trend, le mouvement cyclique, les variations saisonnières et les fluctuations irrégulières ou accidentelles. Ces mouvements sont causés par différents facteurs, soit économiques, naturels ou institutionnels. Les variations saisonnières sont les fluctuations périodiques plus ou moins régulières qui se produisent au cours d'une année en raison du cycle météorologique normal, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles avec une certaine régularité pour influencer de façon significative le taux d'activité.

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et de produire une meilleure prédiction, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI(2) afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. Cette technique consiste essentiellement à ajouter une année de données brutes à chacune des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolations prospectives et retrospectives réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressifs à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

La partie X-11 du programme X-11-ARMMI fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série modifiée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, pour calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle et pour estimer les facteurs saisonniers à partir de ces dits rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises(3). Ces étapes déterminant les facteurs saisonniers nécessaires au calcul des données désaisonnalisées finales, sont depuis mai 1983, exécutées à chaque mois au lieu d'une seule fois par an. Il nous est donc possible de mettre

(1) La désaisonnalisation des séries temporelles économiques: quelques remarques; tiré à part de la **Revue statistique du Canada**, Août 1974.

(2) Pour plus ample information voir **La méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI**, par Estella Bee Dagum, Statistique Canada, no. 12-564F au catalogue, hors série.

(3) Voir page suivante.

us to update each month the reference series from which we derive the final estimations of the seasonal factors with the previous month's revised data. However, in order to obtain the preliminary seasonally adjusted value for the current month's sales, a projected seasonal factor is used (derived from previous month's data.)

While seasonal adjustment permits a better understanding of the underlying trend-cycle of a series, the seasonally-adjusted series still contains an irregular component. Slight month-to-month variations in the seasonally adjusted series may be simple irregular movements; to get a better idea of the underlying trend, then, users must examine several months of seasonally adjusted series.

To assist the user, the Months of Cyclical Dominance number, MCD, is provided.(3) The MCD is the shortest monthly span for which a certain ratio becomes and remains less than one, that is, the ratio for which the absolute average percentage change of the trend-cycle of the seasonally adjusted series becomes greater than the absolute average percent change of the irregular component. The MCD can be interpreted as the number of months over which a change in the seasonally adjusted series must move in a given direction before one can be reasonably certain that the trend-cycle of that series also has moved in the given direction. Clearly small MCD's are desirable and indicative of a smooth series. Applying a moving average to the seasonally adjusted data of MCD length tends to smooth irregular movements which may obscure the underlying trend-cycle. The MCD moving average provides a method of reducing all types of series to approximately the same degree of smoothness whatever the size of the irregular component in the original series.

Constant Dollar Estimates

To obtain constant dollar estimates of total department store sales (Text Table II), estimates of sales by department group are deflated using department group implicit price indices supplied by the Industry Product Division of Statistics Canada. These deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars. The published price index is an implicit index calculated by dividing the total current dollar sales estimate by the total constant dollar sales estimate.

(3) See Tables 30.

à jour mensuellement les séries de référence des-
quelles on dérive les estimations finales des
facteurs saisonniers, en employant les données
les plus récentes disponibles. Toutefois, afin
d'obtenir la valeur préliminaire des ventes
désaisonnalisées pour le mois courant, on utilise
une prévision du facteur saisonnier fondée sur
les données disponibles le mois précédent.

Bien que la désaisonnalisation permette de mieux
comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une
série, la série désaisonnalisée n'en contient pas
moins une composante irrégulière. De légères
variations d'un mois à l'autre dans la série
désaisonnalisée peuvent n'être que de
simples mouvements irréguliers; pour avoir une
meilleure idée de la tendance fondamentale, les
utilisateurs doivent donc examiner les séries
désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

À cette fin, on retient l'usage des mois
dominance cyclique, ou MDC.(3) Il s'agit du plus
petit nombre de mois pour lesquels un certain
rapport devient et reste inférieur à l'unité
autrement dit, il s'agit de la période pendant
laquelle le taux de variation moyen absolu de la
tendance-cycle de la série désaisonnalisée est
supérieur à celui de la composante irrégulière.
Le MDC peut être considéré comme le nombre de
mois que doit durer une variation de la série
désaisonnalisée dans une direction donnée avant
qu'on puisse être raisonnablement certain que la
tendance-cycle de la série évolue dans la même
direction. Ainsi, un MDC peu élevé est souhaitable
puisque'il indique la présence d'une série
lisse. L'application d'une moyenne mobile aux
données désaisonnalisées de période égale au MDC
tend à lisser les mouvements irréguliers pouvant
dissimuler la tendance-cycle fondamentale. La
méthode de la moyenne mobile du MDC permet de
réduire tous les genres de série à peu près au
même niveau de lissage, quelle que soit la taille
de la composante irrégulière dans la série initiale.

Estimations en dollars constants

Afin d'obtenir la valeur estimative de l'ensemble
des ventes des grands magasins en dollars
constants (tableau explicatif II), les estimations
des ventes relatives aux principaux groupes
de départements sont dégonflées au moyen des
indices implicites de prix appropriés fournis par
la Division du produit industriel de Statistique
Canada. Les estimations de ces groupes de rayons
ainsi dégonflées sont par la suite totalisées
pour produire l'estimation de l'ensemble des
ventes des grands magasins en dollars constants.
L'indice des prix qui est publié est un indice
implicite obtenu en divisant le chiffre estimatif
des ventes totales en dollars courants par l'esti-
mation correspondante en dollars constants.

(3) Voir les tableaux 30.

TEXT TABLE II. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1981-1983

TABLEAU EXPLICATIF II. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1981-1983

Period	Price index	Current dollars unadjusted	Year/year per cent change	Constant 1971 dollars unadjusted	Year/year per cent change
Période	Indice des prix	Dollars courants non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1971 non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année
		'000	%	'000	%
1981:					
January - Janvier	185.2	643,821	+ 14.5	347,636	+ 4.0
February - Février	189.3	568,767	+ 9.1	300,458	- 0.7
March - Mars	190.0	688,718	+ 11.3	362,483	+ 2.0
April - Avril	192.1	793,595	+ 16.0	413,116	+ 6.4
May - Mai	193.5	822,881	+ 7.1	425,261	- 1.0
June - Juin	193.3	835,934	+ 20.8	432,454	+ 12.0
July - Juillet	193.2	757,743	+ 6.8	392,207	- 1.5
August - Août	195.2	786,492	+ 7.5	402,915	- 0.9
September - Septembre	195.7	848,390	+ 5.3	433,516	- 2.6
October - Octobre	198.1	892,549	+ 8.3	450,555	- 0.6
November - Novembre	199.0	1,036,498	+ 4.6	520,853	- 3.1
December - Décembre	198.1	1,542,685	+ 5.8	778,741	- 1.7
Year - Année	194.3	10,218,073	+ 9.1	5,260,195	+ 0.6
1982:					
January - Janvier	198.6	600,051	- 6.8	302,140	- 13.1
February - Février	204.8	578,049	+ 1.6	282,250	- 6.1
March - Mars	204.1	694,137	+ 0.8	340,097	- 6.2
April - Avril	206.4	788,971	- 0.6	382,253	- 7.5
May - Mai	208.5	813,933	- 1.1	390,376	- 8.2
June - Juin	207.4	790,853	- 5.4	381,318	- 11.8
July - Juillet	205.7	763,949	+ 0.8	371,390	- 5.3
August - Août	207.2	775,727	- 1.4	374,386	- 7.1
September - Septembre	205.2	861,179	+ 1.5	419,678	- 3.2
October - Octobre	208.1	859,187	- 3.7	412,872	- 8.4
November - Novembre	208.8	1,073,558	+ 3.6	514,156	- 1.3
December - Décembre	208.4	1,608,478	+ 4.3	771,822	- 0.9
Year - Année	206.5	10,208,072	- 0.1	4,942,738	- 6.0
1983:					
January - Janvier	206.6	623,426	+ 3.9	301,755	- 0.1
February - Février	213.2	604,104	+ 4.5	283,351	+ 0.4
March - Mars	211.9	787,578	+ 13.5	371,674	+ 9.3
April - Avril	215.4	775,268	- 1.7	359,920	- 5.8
May - Mai	215.8	840,268	+ 3.2	389,373	- 0.3
June - Juin	214.9	920,164	+ 16.4	428,182	+ 12.3
July - Juillet	212.9	813,792	+ 6.5	382,241	+ 2.9
August - Août	..	850,941	+ 9.7
September - Septembre					
October - Octobre					
November - Novembre					
December - Décembre					
Year - Année					

Data Confidentiality

Statistics Canada is prohibited by law from publishing any statistics which would divulge information relating to any identifiable business without the previous consent in writing of that business(4). The disclosure of data likely to reveal specific information on the activity of a particular company is therefore systematically and rigorously controlled and regulated to prevent the publication or disclosure of any information deemed confidential. The rules regarding the confidentiality of parts of the results of merchandising surveys are therefore applied in such a way that no data are shown for cells (or statistical units) composed of fewer than three companies or of three or more if these are dominated by one or two companies. Then, in the publication itself, the information is withheld on this designated cell by entering an "X" in the appropriate boxes.

Another way of preserving data confidentiality without having to enter an "X" is to combine (consolidate) the information from selected regions (or selected cells) for the same item. The data in question can then simply be aggregated and published in a less detailed, but still confidential, form. For example, in many cases the data for the Northwest Territories and the Yukon are included with the British Columbia data.

The rigorous application of these rules preserves the confidentiality of the information and ultimately has little effect on the dissemination of merchandising survey results.

Explanatory Notes

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios(5) are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

(4) See Section 16 of the Statistics Act (Chapter 15), entitled "Secrecy".

(5) See Table 26.

Confidentialité des données

La loi interdit à Statistique Canada de diffuser au grand public des données qui pourraient servir à identifier une entreprise ou certaines de ses caractéristiques, sans avoir obtenu au préalable l'autorisation écrite de cette dernière(4). Ainsi, le dévoilement de données susceptibles de révéler des renseignements précis sur l'activité d'une entreprise particulière est systématiquement contrôlé suivant des dispositions strictes de telle sorte qu'aucun renseignement jugé secret ne soit publié ou divulgué. L'application des règles sur le caractère secret d'une partie des résultats des enquêtes sur le commerce s'établit donc de manière à ce qu'aucune donnée ne soit révélée pour des cellules (ou unités statistiques) composées de moins de trois compagnies, ou encore de trois ou plus lorsque celles-ci sont dominées par une ou deux compagnies. Par la suite l'information concernant ces cellules est dissimulée en inscrivant un X aux différents postes visés dans la publication.

Une autre façon de préserver le caractère confidentiel de l'information sans pour autant avoir à mettre des "X", consiste à grouper (consolider) pour certaines régions (ou certaines cellules) l'information d'un même poste. Il suffit alors d'agréger les données visées et de les présenter sous une forme moins détaillée mais qui respecte la consigne de confidentialité. Par exemple dans bien des cas, les données relatives aux Territoires du Nord-Ouest et du Yukon sont incluses avec celles de la Colombie-Britannique.

Ainsi, par l'application rigoureuse de ces règles, le caractère privé de l'information est préservé et n'affecte que très marginalement en fin de compte la diffusion des résultats des enquêtes sur le commerce.

Notes explicatives

Les variations des ventes en pourcentage donnée dans la présente publication est fondée sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elle tient compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elle ne se limite pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient les ratios stocks-ventes(5) en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

(4) Voir l'article 16, intitulée Secret, du chapitre 15 de la Loi sur la statistique.

(5) Voir tableau 26.

The sales-stocks ratios(6) are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the January issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks are published yearly in the March issue of this publication. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The number of shopping days that this publication is based on varies from month to month. See Text Table III for the number of shopping days the current publication is based on.

(6) See Table 27.

On obtient les ratios ventes-stocks(6) en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement.

La liste de référence des marchandises, qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de janvier.

Les chiffres révisés des ventes et des stocks des grands magasins sont publiés chaque année dans le numéro de mars du présent bulletin. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Le tableau explicatif III donne le nombre de jours pour la période la plus récente.

(6) Voir tableau 27.

TEXT TABLE III. Number of Shopping Days, by Month, 1982 and 1983

TABLEAU EXPLICATIF III. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1982 et 1983

	1983		1982	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	25	4	25	5
February - Février	24	4	24	4
March - Mars	27	4	27	4
April - Avril	25	5	25	4
May - Mai	25	4	26	5
June - Juin	26	4	26	4
July - Juillet	25	5	26	5
August - Août	26	4	26	4
September - Septembre	25	4	25	4
October - Octobre	25	5	25	5
November - Novembre	26	4	26	4
December - Décembre	26	5	26	3

Chart — 1

Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981 – 1983

Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1981 – 1983

\$ millions

1,800 —
1,700 —
1,600 —
1,500 —
1,400 —
1,300 —
1,200 —
1,100 —
1,000 —
900 —
800 —
700 —
600 —
500 —

Semi-logarithmic scale
Échelle semi-logarithmique

Unadjusted
Non désaisonné

Seasonally Adjusted
Désaisonné

J 1981 J 1982 J 1983 D

\$ millions

1,800 —
1,700 —
1,600 —
1,500 —
1,400 —
1,300 —
1,200 —
1,100 —
1,000 —
900 —
800 —
700 —
600 —
500 —

Chart — 2

Graphique — 1

Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981 – 1983

Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1981 – 1983

\$ billions — \$ milliards

4.0 —

3.5 —

3.0 —

2.5 —

2.0 —

Semi-logarithmic scale
Échelle semi-logarithmique

Seasonally Adjusted
Désaisonné

Unadjusted
Non désaisonné

J 1981 J 1982 J 1983 D

\$ billions — \$ milliards

4 —

Chart — 3
 Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1981 – 1983
 Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1981 – 1983

Graphique — 3

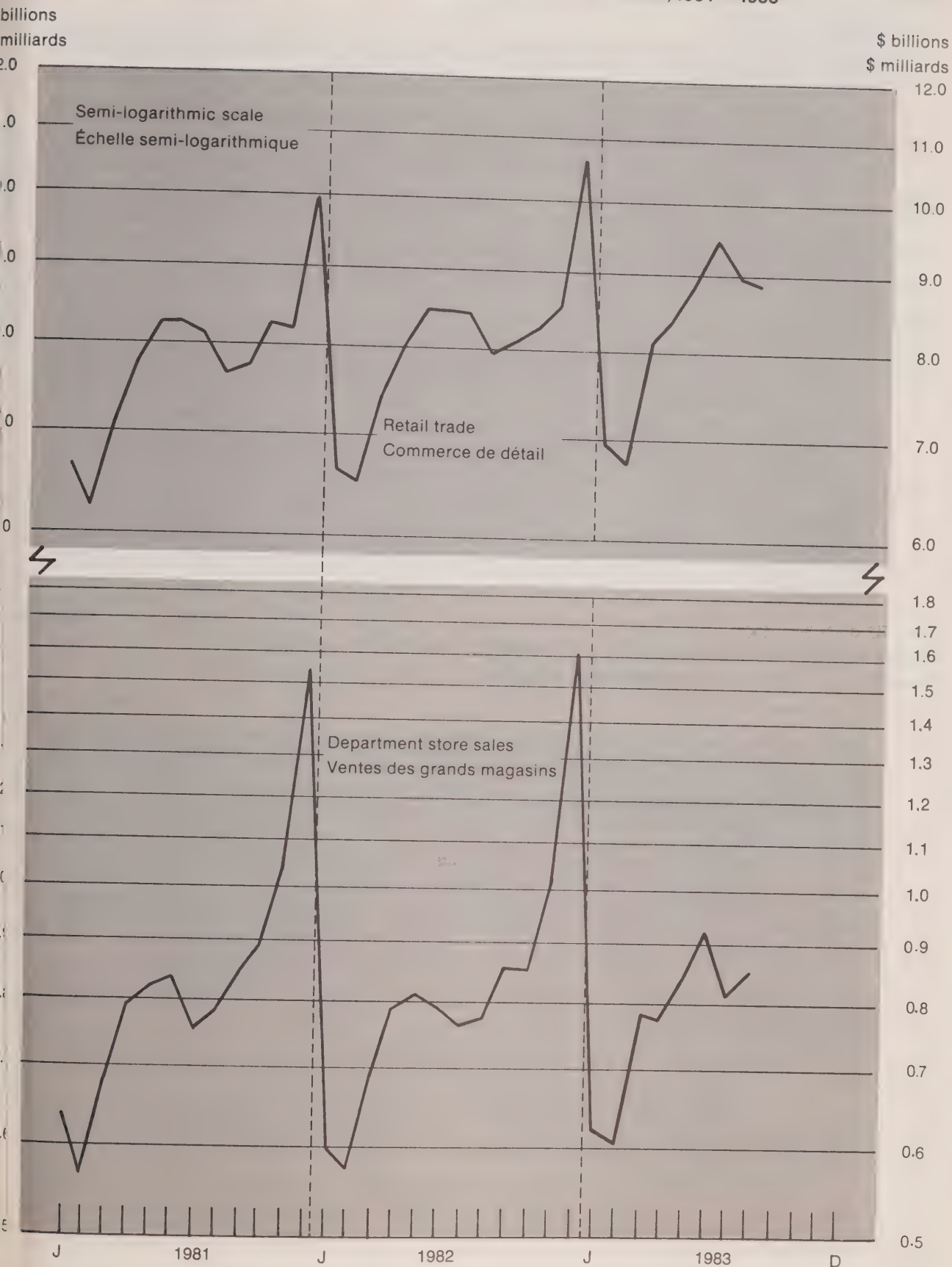


Chart — 4

Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1981 – 1983
Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1981 – 1983

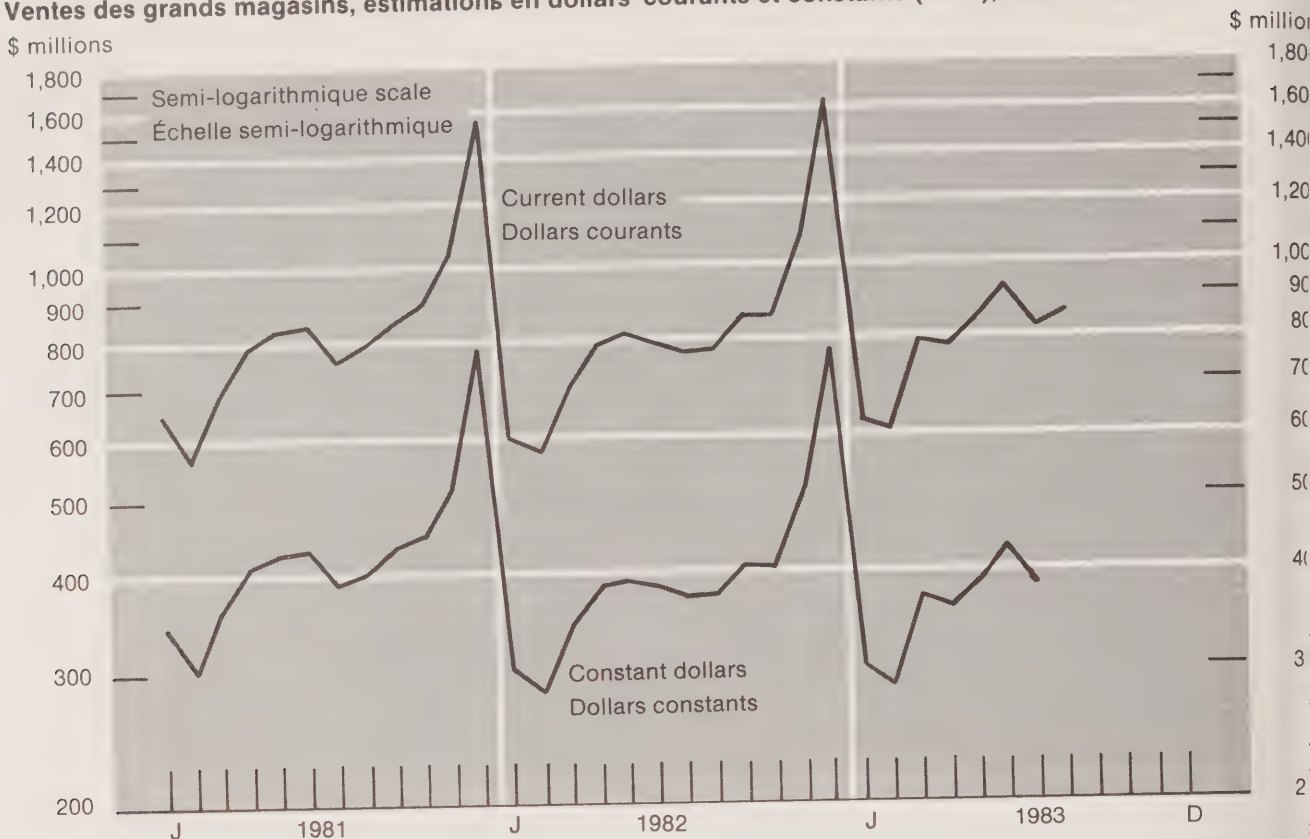
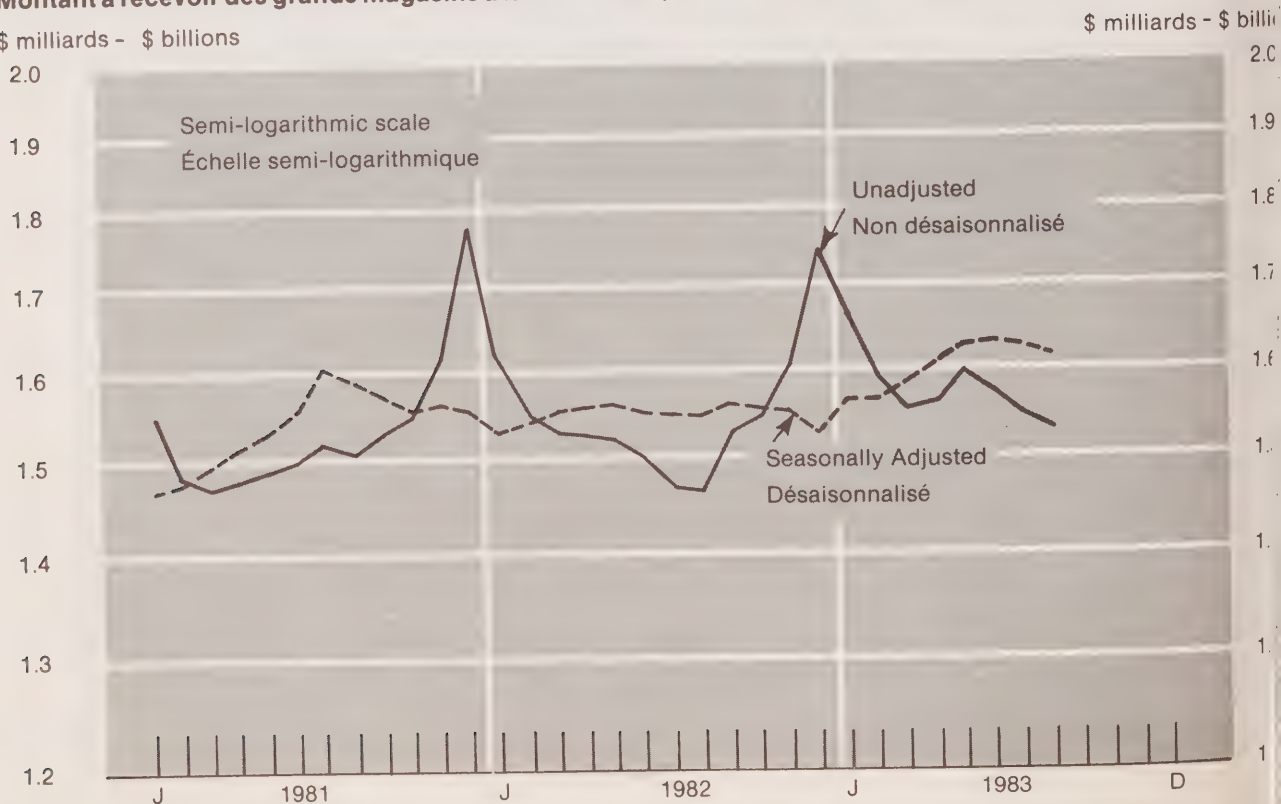


Chart — 5

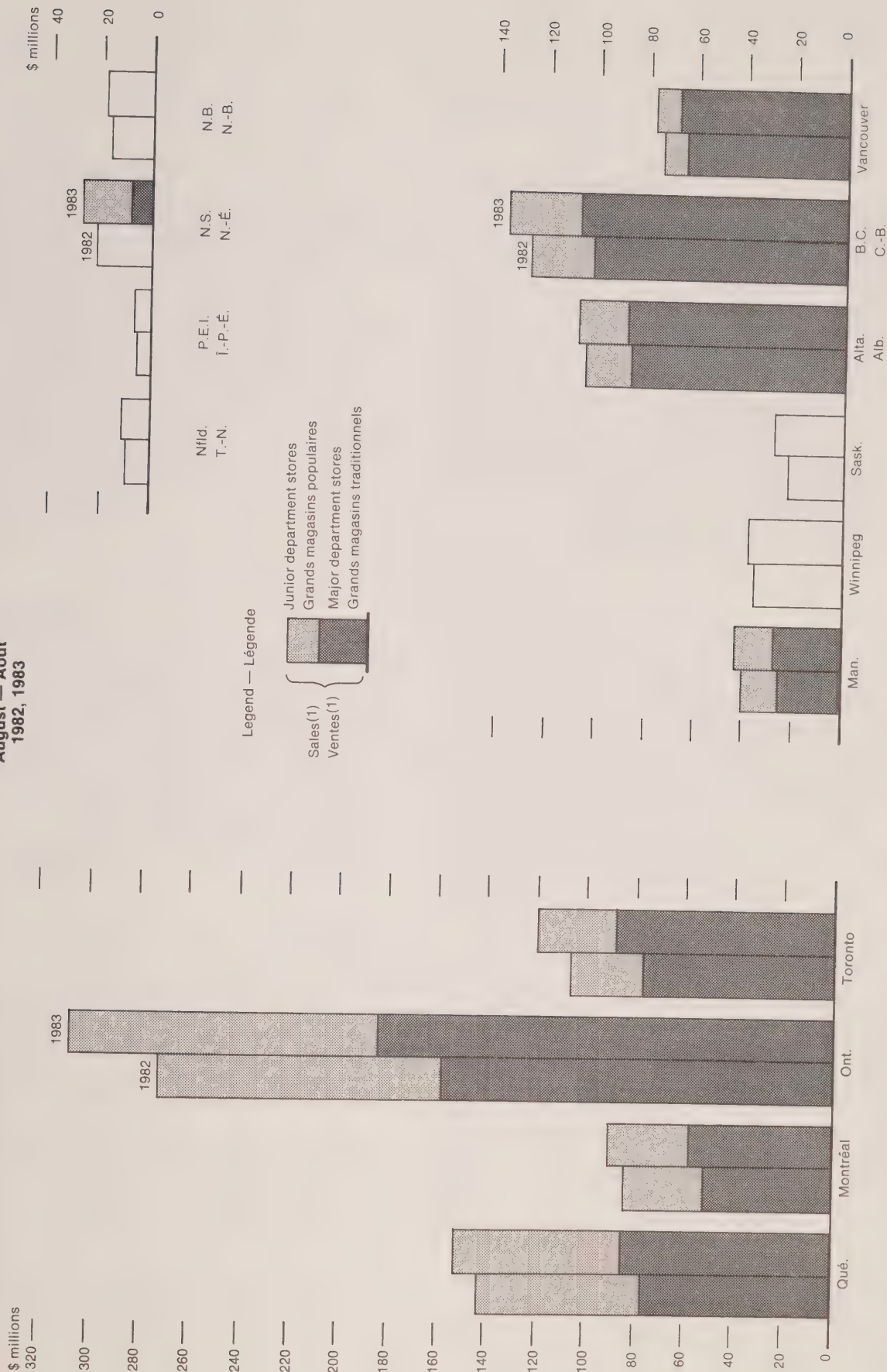
Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1981 – 1983
Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981 – 1983

\$ milliards - \$ billions



Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisations

August — Août
1982, 1983



(1) For reasons of confidentiality, the split between the two groups (Major-Junior) is not shown for some regions.
(1) Pour des raisons de confidentialité, nous ne mentionnons pas pour certaines régions la subdivision en deux groupes (Traditionnels-Populaires).

HIGHLIGHTS

Seasonally adjusted sales

August 1983 department store sales, adjusted for seasonal variations and the number of trading days, decreased 2.3% over July 1983 sales to \$928.9 million. Of the 40 departments surveyed, 27 had lower sales with the largest drop in women's and girls' hosiery (- 15.5%), followed by women's and girls' gloves, mitts and accessories (- 8.0%) and hardware, paints, wallpaper, etc. (- 7.6%). On the other hand, the largest increases were registered in lingerie and women's sleepwear (+ 10.6%), women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms (+ 8.9%) and girls' and teenage girls' wear (+ 6.4%).

Unadjusted sales

Total department store sales in August 1983, without seasonal adjustment, increased 7.7% over the same month a year earlier to \$850.9 million. Among the 32 departments registering increased sales the largest gains were reported by repairs and services (+ 40.8%) and major appliances and furniture both + 38.3%), while the most notable decreases were in women's and girls' hosiery (- 7.5%), sporting goods and luggage (- 4.6%) and women's and misses' coats and suits (- 3.9%).

With the exception of the Yukon and Northwest Territories which showed lower sales (- 6.4%) compared to the same month of the preceding year, every province reported sales increases ranging from 2.8% in Alberta to 27.6% in Nova Scotia. The 10 metropolitan areas covered by this survey recorded sales increases ranging from 0.9% in Calgary to 38.6% in Halifax-Dartmouth.

Total sales by major department store organizations went up by 10.1% from the same month a year earlier to \$529.0 million, while junior department store organizations had sales of \$322.0 million, an increase of 9.0% from a year earlier.

Cumulative unadjusted sales for all department stores for the first eight months of 1983 totalled \$6,215.5 million, 7.1% higher than the January-August 1982 period.

POINTS SAILLANTS

Ventes désaisonnalisées

Les ventes des grands magasins, corrigées en fonction des variations saisonnières et du nombre de journées d'affaires, ont reculé de 2.3% par rapport à celles de juillet pour se chiffrer à \$928.9 millions. Des 40 rayons pour lesquels on recueille de l'information 27 ont indiqué des baisses de ventes. Les diminutions les plus importantes ont été enregistrées par les rayons de bas pour dames et fillettes (- 15.5%), de gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes (- 8.0%) et de quincaillerie, peinture, papier-teinture, etc. (- 7.6%). D'autre part, les gains les plus remarquables ont été signalés par les rayons de lingerie et vêtements de nuit pour dames (+ 10.6%), de robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles (+ 8.9%) et de vêtements de fillettes et d'adolescentes (+ 6.4%).

Ventes non-désaisonnalisées

Les ventes des grands magasins, sans ajustements saisonniers, a augmenté de 9.7% par rapport au même mois l'an dernier et ont totalisé \$850.9 millions. Des 32 rayons enregistrant des hausses de ventes, on a constaté les hausses les plus marquées pour les rayons de service et travaux de réparation (+ 40.8%), de gros appareils ménagers et de meubles (chacun + 38.3%) tandis que les diminutions les plus notables ont été rapportées pour les rayons de bas pour dames et fillettes (- 7.5%), d'articles de sport et valises (- 4.6%) manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles (- 3.9%).

À l'exception du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest qui ont enregistré un recul de leurs ventes par rapport à celles du même mois un an plus tôt, toutes les provinces ont montré des accroissements variant de 2.8% en Alberta à 27.6% en Nouvelle-Écosse. Les 10 régions métropolitaines couvertes par cette enquête ont toutes montré des augmentations de ventes variant de 0.9% pour Calgary à 38.6% pour Halifax-Dartmouth.

Le total des ventes par les chaînes de grands magasins traditionnels a augmenté de 10.1% par rapport au même mois l'année dernière tandis que celui des chaînes de grands magasins populaires s'est élevé à \$322.0 millions, soit une hausse de 9.0% par rapport à l'an passé.

Les ventes cumulatives pour l'ensemble des rayons, pour les huit premiers mois de 1983, ont totalisé \$6,215.5 millions soit 7.1% de plus que la même période en 1982.

In August 1983, there were 804 retail locations operated by department store organizations, nine more than in August 1982 and six more than in July 1983. Of this number, 338 were listed as major department store organizations and 466 were operated by junior department store organizations.

In relation to retail trade, total department store sales in August 1983 accounted for 9.6% of all retail sales in Canada, a slight decrease over the 9.7% calculated in August 1982.

Stocks

The selling value of stocks (unadjusted) held in August 1983 registered an increase of 10.2% over the same month a year earlier and reached \$3,213.6 million while the seasonally adjusted value of stocks was 4.9% higher than last month when it totalled \$3,239.5 million.

En août 1983 les chaînes de grands magasins ont opéré 804 points de ventes au détail, soit neuf de plus qu'en août 1982 et six de plus qu'en juillet 1983. De ce nombre, 338 ont été opérés par les chaînes de grands magasins traditionnels et 466 l'ont été par les chaînes de grands magasins populaires.

Les ventes totales des grands magasins ont contribué à 9.6% de l'ensemble du commerce de détail au Canada en août 1983 soit une faible diminution par rapport au 9.7% mesuré en août 1982.

Stocks

La valeur marchande (non-désaisonnalisée) des stocks détenus en août 1983 a augmenté de 10.2% par rapport au mois correspondant l'année dernière pour atteindre \$3,213.6 millions tandis que la valeur désaisonnalisée des stocks a enregistré un gain de 4.9% par rapport au mois précédent et s'est élevée à \$3,239.5 millions.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983

		1983							
		January	February	March	April	May	June	July	August
Department		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.		thousands of dollars							
		milliers de dollars							
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	8,000	9,881	13,471	16,112	19,700	19,845	13,603	14,749
2	Women's and misses' coats and suits	10,723	10,458	15,580	14,203	8,559	6,324	6,200	16,260
3	Women's and misses' sportswear	28,150	33,825	46,361	45,564	53,968	56,195	42,293	48,126
4	Furs	4,549	3,129	2,185	888	265	507	1,102	1,792
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	16,675	16,265	21,393	20,181	20,894	22,096	19,934	24,852
6	Girls' and teenage girls' wear	8,145	10,262	17,871	13,778	14,364	14,684	11,191	22,437
7	Lingerie and women's sleepwear	10,209	11,139	13,859	14,299	16,315	18,332	15,129	14,678
8	Intimate apparel	7,304	6,903	9,839	10,031	10,127	11,519	9,573	10,245
9	Millinery	1,248	1,014	996	1,265	1,068	1,147	1,056	1,099
10	Women's and girls' hosiery	8,084	7,388	10,198	10,279	10,275	9,348	7,186	7,565
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	8,462	8,016	11,913	12,530	13,478	13,170	9,886	10,833
12	Women's, misses' and children's footwear	13,164	13,026	21,320	22,975	24,045	25,623	17,559	23,014
13	Men's clothing	20,728	20,022	33,035	30,355	28,958	36,956	24,291	28,666
14	Men's furnishings	22,542	22,525	32,921	31,197	35,442	53,679	33,979	33,129
15	Boys' clothing and furnishings	6,444	6,563	10,928	11,588	11,500	12,330	9,717	18,925
16	Men's and boys' footwear	8,868	9,036	14,514	14,667	15,377	17,997	13,017	14,406
17	Food and kindred products	47,381	58,103	56,030	56,437	57,065	51,993	49,537	56,098
18	Toiletries, cosmetics and drugs	37,336	37,530	44,134	43,159	44,391	45,218	43,100	46,212
19	Photographic equipment and supplies	9,261	8,365	10,481	10,264	11,237	14,196	13,340	13,553
20	Piece goods	3,456	3,554	4,753	4,123	4,364	4,380	3,662	4,553
21	Linens and domestics	28,304	16,064	22,030	22,807	23,457	30,297	28,701	28,311
22	Smallwares and notions	9,028	7,082	7,891	7,292	6,446	6,917	7,066	7,478
23	China and glassware	7,526	8,433	11,208	8,917	12,170	10,081	10,467	9,831
24	Floor coverings	9,403	9,453	13,007	11,602	11,751	12,583	13,920	13,673
25	Draperies, curtains and furniture coverings	10,267	10,307	13,881	14,587	15,618	16,771	16,049	14,904
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6,757	5,517	8,098	7,082	6,813	7,067	7,599	7,673
27	Furniture	38,133	30,277	42,496	36,181	45,869	47,511	58,663	48,979
28	Major appliances	33,665	27,750	36,223	32,836	39,210	53,928	58,752	44,733
29	Television, radio and music	35,142	28,086	37,902	29,958	31,154	32,163	35,899	37,362
30	Housewares and small electrical appliances	25,485	29,189	27,641	30,264	31,637	35,622	32,479	32,248
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	17,735	16,407	21,138	24,991	34,066	32,643	25,960	22,155
32	Plumbing, heating and building materials	7,215	7,741	8,596	10,769	12,333	15,973	13,417	11,092
33	Jewellery	9,595	11,087	15,406	15,614	17,180	18,072	14,677	16,015
34	Toys and games	8,046	9,298	13,446	14,515	14,056	15,753	16,345	16,442
35	Sporting goods and luggage	18,064	14,512	20,091	24,452	29,577	35,179	29,539	22,668
36	Stationery, books and magazines	19,259	19,368	24,920	22,491	22,491	25,105	22,438	31,265
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	12,734	11,080	15,085	16,239	18,953	20,334	17,292	16,741
38	Meals and lunches	18,021	16,954	20,384	19,454	19,412	21,151	20,508	21,451
39	Repairs and services	7,763	8,193	10,091	9,431	9,417	10,331	9,075	9,560
40	All other departments	20,555	20,302	26,262	31,891	37,266	37,144	29,591	27,151
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	623,426	604,104	787,578	775,268	840,268	920,164	813,792	850,94

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1982					Change - Variation		Rayon	No
August	September	October	November	December	August/ July 1983	August 1983/1982		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Août/ juillet 1983	Août 1983/1982		
thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
14,718	16,227	15,276	18,151	23,253	+ 8.4	+ 0.2	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
16,926	17,648	23,113	25,071	22,116	+ 162.3	- 3.9	formes pour dames et jeunes filles	
43,798	57,256	44,244	51,645	69,090	+ 13.8	+ 9.9	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
1,743	2,674	4,132	5,917	6,303	+ 62.6	+ 2.8	filles	
25,308	24,475	25,038	27,165	37,027	+ 24.7	- 1.8	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
							Fourrures	4
							Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
							de chambres d'enfants	
22,913	18,303	14,990	19,628	26,576	+ 100.5	- 2.1	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
13,058	16,874	16,919	25,027	45,884	- 3.0	+ 12.4	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
9,336	10,658	8,922	10,595	14,406	+ 7.0	+ 9.7	Sous-vêtements	8
978	1,584	2,193	3,504	4,528	+ 4.1	+ 12.4	Chapeaux	9
8,178	12,646	11,810	13,049	18,176	+ 5.3	- 7.5	Bas pour dames et fillettes	10
10,543	15,644	15,526	22,465	36,331	+ 9.6	+ 2.8	Gants, moufles et articles de parure pour	11
22,023	28,574	26,119	31,052	30,873	+ 31.1	+ 4.5	dames et fillettes	
27,987	38,629	36,168	50,614	66,262	+ 18.0	+ 2.4	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
32,121	39,796	37,995	57,827	110,234	- 2.5	+ 3.1	enfants	
17,856	11,931	11,555	14,678	24,023	+ 94.8	+ 6.0	Vêtements pour hommes	13
							Articles d'habillement pour hommes	14
							Vêtements et articles d'habillement pour	15
							garçons	
13,385	17,166	15,228	20,556	24,274	+ 10.7	+ 7.6	Chaussures pour hommes et garçons	16
56,782	49,303	54,758	67,523	81,194	+ 13.2	- 1.2	Produits alimentaires et connexes	17
40,400	41,750	45,954	56,485	110,167	+ 7.2	+ 14.4	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
							caments	
13,203	12,750	12,113	15,643	32,585	+ 1.6	+ 2.7	Appareils et fournitures photographiques	19
4,435	5,491	5,524	5,561	4,666	+ 24.3	+ 2.7	lissus à la pièce	20
24,417	28,310	25,651	27,882	43,982	- 1.4	+ 15.9	Literie et linge de maison	21
7,498	10,608	9,814	10,960	12,620	+ 5.8	- 0.3	Menus articles	22
9,216	12,425	10,762	16,440	35,009	- 6.1	+ 6.7	Porcelaine et verrerie	23
10,399	11,558	13,841	14,117	11,645	- 1.8	+ 31.5	Revêtements de plancher	24
13,148	13,458	14,406	16,323	18,340	- 7.1	+ 13.4	Tentures, rideaux et housses	25
7,202	8,516	8,908	12,727	21,127	+ 1.0	+ 6.5	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
35,421	38,375	39,213	40,459	42,085	- 16.5	+ 38.3	d'ameublement pour la maison	
32,335	38,400	40,446	42,784	43,480	- 23.9	+ 38.3	Meubles	27
30,750	42,890	37,668	50,778	80,007	+ 4.1	+ 21.5	Gros appareils ménagers	28
30,419	31,966	35,420	43,025	79,674	- 0.7	+ 6.0	Télévision, radio et musique	29
							Articles de ménage et petits appareils élec-	30
							triques	
22,921	23,160	27,832	25,786	35,503	- 14.7	- 3.3	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
8,851	9,471	10,139	10,333	12,214	- 17.3	+ 25.3	etc.	
15,875	21,379	17,987	27,977	65,752	+ 9.1	+ 0.9	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
12,188	12,368	20,835	44,461	80,677	+ 0.6	+ 34.9	truction	
23,750	23,490	20,627	27,706	50,879	- 23.3	- 4.6	Bijouterie	33
							Jouets et jeux	34
							Articles de sport et valises	35
27,685	27,369	22,381	32,892	68,147	+ 39.3	+ 12.9	Papeterie, livres et revues	36
15,974	15,262	19,495	22,207	22,701	- 3.2	+ 4.8	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
19,627	19,986	20,067	23,939	32,413	+ 4.6	+ 9.3	réparation et fournitures	
6,789	7,409	8,984	11,908	13,405	+ 5.3	+ 40.8	Repas et casse-croûtes	38
25,571	25,400	27,134	28,698	50,850	- 8.2	+ 6.2	Services et travaux de réparation	39
							Tous autres rayons	40
75,727	861,179	859,187	1,073,558	1,608,478	+ 4.6	+ 9.7	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

TABLE 2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983(1)

No.	Department	1983						
		January	February	March	April	May	June	July ^f
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet ^f
		thousands of dollars milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	14,131	15,198	15,564	14,465	15,341	17,661	14,385
2	Women's and misses' coats and suits	14,489	14,848	15,034	14,564	15,895	15,772	14,160
3	Women's and misses' sportswear	47,558	52,614	52,261	44,450	49,066	57,230	48,484
4	Furs	2,844	2,872	2,827	3,273	1,503	2,674	2,150
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	24,337	23,921	24,655	19,822	22,654	24,893	22,976
6	Girls' and teenage girls' wear	16,326	16,585	19,204	13,892	15,509	16,544	14,746
7	Lingerie and women's sleepwear	18,785	18,558	18,861	16,727	17,875	20,383	17,712
8	Intimate apparel	9,707	9,798	10,348	9,423	9,700	10,323	10,071
9	Millinery	1,690	1,781	1,711	1,708	1,733	1,878	1,840
10	Women's and girls' hosiery	10,141	10,280	10,967	9,802	10,764	10,985	10,873
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	14,824	14,328	15,459	14,300	15,167	15,887	15,254
12	Women's, misses' and children's footwear	22,540	23,396	23,283	20,850	22,541	26,635	23,436
13	Men's clothing	33,241	33,802	36,438	33,089	33,197	37,074	34,982
14	Men's furnishings	39,818	41,650	47,138	39,840	44,067	49,718	45,279
15	Boys' clothing and furnishings	12,164	12,228	13,496	11,427	12,983	14,401	13,255
16	Men's and boys' footwear	14,571	15,047	17,403	13,446	15,292	16,902	16,444
17	Food and kindred products	57,024	58,483	61,248	54,986	57,007	57,870	57,933
18	Toiletries, cosmetics and drugs	49,914	49,928	51,807	47,513	50,155	51,168	50,999
19	Photographic equipment and supplies	13,569	14,115	14,264	12,725	13,854	13,666	13,638
20	Piece goods	4,179	4,147	4,287	3,900	4,320	4,828	4,801
21	Linens and domestics	27,485	26,588	28,042	27,397	26,984	29,796	27,984
22	Smallwares and notions	8,512	8,369	8,603	8,081	8,572	8,883	8,822
23	China and glassware	11,784	13,897	14,421	11,345	13,992	12,328	13,296
24	Floor coverings	11,671	11,499	12,990	11,597	11,736	12,364	13,819
25	Draperies, curtains and furniture coverings	13,934	15,198	14,479	13,859	15,062	15,037	14,933
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	9,074	8,578	9,710	8,821	8,752	8,509	8,918
27	Furniture	38,614	39,805	44,010	38,757	42,345	43,453	50,663
28	Major appliances	36,204	38,211	39,775	36,136	40,131	50,389	48,379
29	Television, radio and music	39,857	40,522	43,772	38,215	42,284	40,997	43,298
30	Housewares and small electrical appliances	37,366	39,460	37,807	34,823	34,413	37,978	36,096
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	24,529	24,300	26,413	23,749	27,900	27,633	26,364
32	Plumbing, heating and building materials	10,650	11,064	10,034	9,831	10,105	12,750	11,612
33	Jewellery	21,132	21,124	21,294	20,167	20,542	20,622	20,121
34	Toys and games	23,283	24,034	27,430	21,371	24,208	25,471	25,572
35	Sporting goods and luggage	25,288	25,712	27,677	24,725	25,183	26,786	26,758
36	Stationery, books and magazines	26,292	27,449	33,459	28,557	29,170	29,932	30,037
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	17,265	16,269	17,028	16,714	18,423	19,434	18,035
38	Meals and lunches	21,168	20,986	20,920	20,539	20,944	21,668	21,912
39	Repairs and services	9,267	10,150	10,372	9,692	9,714	10,576	10,605
40	All other departments	29,940	29,600	31,013	29,065	28,760	32,557	31,867
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	865,148	884,731	928,419	821,620	884,672	963,938	928,977

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1982 et 1983(1)

1982						Change - Variation			
AugustP	August	September	October	November	December	August/ July 1983		Rayon	
AoûtP	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Août/ juillet 1983			
Thousands of dollars						per cent			NO
milliers de dollars						pourcentage			
15,664	16,056	16,052	16,124	16,607	16,309	+ 8.9			
13,946	15,366	13,751	13,959	16,531	14,111	- 1.5		Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
49,173	45,511	45,353	43,322	44,475	46,435	+ 1.4		Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
2,162	2,168	2,799	3,154	3,153	2,661	+ 0.6		Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
22,750	24,183	22,348	22,610	23,068	23,259	- 1.0		Fourrures	4
								Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
15,684	16,230	15,796	15,473	16,227	16,721	+ 6.4			
19,581	17,861	18,020	18,209	17,777	17,801	+ 10.6		Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
10,253	9,710	10,096	9,921	10,509	10,161	+ 1.8		Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
1,759	1,642	1,679	1,583	1,701	1,725	- 4.4		Sous-vêtements	8
9,188	10,173	10,759	10,474	11,128	10,704	- 15.5		Chapeaux	9
								Bas pour dames et fillettes	10
14,041	14,111	14,434	14,700	14,907	14,783	- 8.0			
23,162	22,482	22,750	21,738	24,598	22,882	- 1.2		Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
33,586	34,026	35,024	32,912	35,017	34,576	- 4.0		Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
43,385	43,527	42,108	39,928	38,775	40,957	- 4.2		Vêtements pour hommes	13
12,805	12,779	11,307	11,513	12,135	12,112	- 3.4		Articles d'habillement pour hommes	14
								Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
15,414	14,755	14,816	13,784	16,922	15,159	- 6.3			
55,074	56,996	56,332	57,463	57,045	57,362	- 4.9		Chaussures pour hommes et garçons	16
52,300	47,292	47,168	48,609	48,701	49,362	+ 2.6		Produits alimentaires et connexes	17
								Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
13,416	13,565	13,681	13,657	13,591	13,602	- 1.6		Appareils et fournitures photographiques	19
4,695	4,759	4,727	4,623	4,591	4,857	- 2.2		Tissus à la pièce	20
28,399	25,317	25,279	25,598	25,924	26,751	+ 1.5			
8,365	8,777	8,826	8,576	9,095	8,491	- 5.2		Literie et linge de maison	21
12,635	12,489	12,647	12,778	12,014	12,561	- 5.0		Menus articles	22
14,400	11,346	11,317	11,843	11,501	11,196	+ 4.2		Porcelaine et verrerie	23
15,346	13,892	13,124	13,611	14,402	15,668	+ 2.8		Revêtements de plancher	24
								Tentures, rideaux et housses	25
8,910	8,725	8,681	9,122	9,163	9,294	- 0.1			
50,040	36,988	36,888	39,663	38,800	40,930	- 1.2		Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
45,595	33,432	35,526	37,364	42,064	38,009	- 5.8		Meubles	27
41,657	35,610	38,222	36,677	38,252	38,184	- 3.8		Gros appareils ménagers	28
35,951	34,623	34,655	38,121	34,963	35,896	- 0.4		Télévision, radio et musique	29
								Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
24,373	25,912	24,870	25,741	25,158	25,164	- 7.6			
11,218	9,522	9,627	9,142	10,180	12,085	- 3.4		Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
20,469	21,288	21,284	21,690	20,174	21,202	+ 1.7		Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
26,972	20,770	20,576	20,847	18,941	21,254	+ 5.5		Bijouterie	33
25,880	27,951	27,915	26,240	25,905	26,233	- 3.3		Jouets et jeux	34
								Articles de sport et valises	35
28,576	26,301	25,600	25,839	26,065	28,149	- 4.9			
17,604	17,223	17,084	16,541	17,430	16,424	- 2.4		Papeterie, livres et revues	36
21,503	20,336	20,707	19,945	21,236	22,091	- 1.9		Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
10,906	7,666	7,745	8,301	8,564	10,128	+ 2.8		Repas et casse-croûtes	38
29,931	28,849	29,837	30,129	29,896	30,492	- 6.1		Services et travaux de réparation	39
								Tous autres rayons	40
87,380	850,107	850,465	850,418	865,697	876,476	- 2.3		TOTAL, TOUS RAYONS	41

1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983

Province	1983							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	5,973	6,167	9,133	8,381	10,086	10,965	9,703	10,917
2 Prince Edward Island	4,088	3,308	4,039	4,575	4,841	6,087	6,140	6,146
3 Nova Scotia	15,152	14,552	21,368	20,965	24,109	27,180	25,031	27,825
4 New Brunswick	11,285	11,429	15,670	16,565	18,527	20,380	17,746	19,513
5 Quebec	113,689	105,666	137,559	141,986	159,981	165,359	138,487	152,270
6 Ontario	220,389	209,538	273,189	276,641	298,118	337,849	302,457	307,527
7 Manitoba	30,338	30,908	43,142	41,974	42,817	46,237	41,664	42,767
8 Saskatchewan	18,851	18,137	25,262	24,875	24,929	26,867	25,850	28,141
9 Alberta	92,346	92,023	117,900	110,899	117,794	127,481	113,648	117,281
10 British Columbia	109,447	110,510	137,672	126,114	136,788	148,635	130,347	135,891
11 Yukon and Northwest Territories	1,868	1,866	2,645	2,293	2,279	3,125	2,720	2,651
12 CANADA	623,426	604,104	787,578	775,268	840,268	920,164	813,792	850,941

TABLE 4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Calgary	35,506	35,568	45,673	42,727	45,841	48,022	42,971	44,011
2 Edmonton	42,323	41,986	53,130	49,747	53,833	57,902	51,913	53,611
3 Halifax-Dartmouth	8,865	8,301	12,425	12,190	12,990	14,192	13,312	15,211
4 Hamilton	16,494	15,417	20,012	20,178	21,246	23,724	21,954	21,811
5 Montreal	69,878	64,081	81,508	85,084	93,559	97,104	78,786	90,611
6 Ottawa-Hull	27,571	24,135	34,541	32,815	37,511	40,591	35,729	37,111
7 Quebec City	15,486	13,658	19,417	20,538	23,196	23,301	19,919	20,611
8 Toronto	91,876	86,317	110,184	112,661	115,270	131,752	118,249	120,111
9 Vancouver	66,859	67,579	82,773	74,498	80,530	88,441	75,390	78,111
10 Winnipeg	27,586	28,058	39,236	38,113	38,730	41,639	37,562	38,111

TABLEAU 3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1982 et 1983

1982							
Change - Variation							
August	September	October	November	December	August/ July 1983	August 1983/1982	Province
août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Août/ juillet 1983	Août 1983/1982	
Thousands of dollars - milliers de dollars							
							Nº
10,021	9,903	11,067	13,775	19,875	+ 12.5	+ 8.9	Terre-Neuve 1
5,098	5,230	5,087	6,019	9,477	+ 0.1	+ 20.6	Ile-du-Prince-Édouard 2
21,808	22,345	23,885	32,319	51,652	+ 11.2	+ 27.6	Nouvelle-Écosse 3
16,964	17,601	19,217	25,692	36,671	+ 10.0	+ 15.0	Nouveau-Brunswick 4
42,459	148,921	154,748	178,929	280,436	+ 10.0	+ 6.9	Québec 5
72,438	305,940	302,675	387,576	598,421	+ 1.7	+ 12.9	Ontario 6
40,344	46,588	44,257	57,953	80,873	+ 2.6	+ 6.0	Manitoba 7
2,792	25,635	25,662	34,468	47,067	+ 8.9	+ 23.5	Saskatchewan 8
4,077	125,582	127,275	158,132	218,739	+ 3.2	+ 2.8	Alberta 9
6,885	150,477	142,202	175,741	260,278	+ 4.3	+ 7.1	Colombie-Britannique 10
2,841	2,958	3,112	2,954	4,990	- 2.2	- 6.4	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest 11
5,727	861,179	859,187	1,073,558	1,608,478	+ 4.6	+ 9.7	CANADA 12

TABLEAU 4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1982							
Change - Variation							
August	September	October	November	December	August/ July 1983	August 1983/1982	Certaines zones métropolitaines
Ait	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Août/ juillet 1983	Août 1983/1982	
Thousands of dollars - milliers de dollars							
							Nº
1,635	49,280	49,690	61,436	84,142	+ 2.5	+ 0.9	Calgary 1
1,992	57,361	57,129	70,906	97,287	+ 3.3	+ 1.2	Edmonton 2
1,970	12,820	13,419	17,887	27,088	+ 14.2	+ 38.6	Halifax-Dartmouth 3
1,183	22,582	22,156	28,415	46,239	- 0.5	+ 13.8	Hamilton 4
1,891	91,718	93,741	108,605	171,021	+ 15.0	+ 8.0	Montréal 5
1,122	37,009	37,657	44,801	66,060	+ 4.6	+ 16.3	Ottawa-Hull 6
1,805	20,783	21,461	25,300	36,127	+ 3.9	+ 4.5	Ville de Québec 7
1,575	126,985	121,498	156,241	242,771	+ 1.5	+ 11.6	Toronto 8
7,222	91,441	85,071	105,425	156,081	+ 4.0	+ 5.6	Vancouver 9
3,432	42,384	40,028	52,572	72,593	+ 2.6	+ 5.8	Winnipeg 10

TABLE 5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983

		1983							
Province		January	February	March	April	May	June	July	August
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.		thousands of dollars - milliers de dollars							
1	Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x	
2	Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x	
3	Nova Scotia	5,561	5,025	6,674	6,827	7,465	7,919	7,803	9,111
4	New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x	
5	Quebec	63,028	59,932	78,757	80,468	89,932	91,110	74,622	84,361
6	Ontario	139,304	130,111	168,840	171,235	177,566	203,562	185,934	184,000
7	Manitoba	20,927	21,103	30,050	27,495	26,790	29,192	26,389	26,841
8	Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x	
9	Alberta	74,681	72,922	92,836	84,401	87,977	97,331	85,779	87,551
10	British Columbia	91,080	91,592	112,768	100,349	108,532	119,978	102,698	107,351
11	Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	x	x	
12	CANADA	416,073	400,107	517,527	496,451	524,432	578,356	510,527	528,901

TABLE 6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas		1983							
		January	February	March	April	May	June	July	August
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars								
1	Calgary	29,040	28,473	36,678	33,109	35,260	37,388	32,756	34,011
2	Edmonton	35,144	34,295	42,699	38,811	40,806	45,023	40,229	40,211
3	Halifax-Dartmouth	5,252	4,637	7,050	6,827	6,995	7,338	7,231	8,111
4	Hamilton	12,516	11,640	15,106	15,457	16,073	18,812	17,037	16,011
5	Montreal	42,362	41,194	52,817	54,533	59,173	59,345	47,485	57,111
6	Ottawa-Hull	18,458	15,667	23,189	21,054	24,192	25,994	23,823	22,011
7	Quebec City	x	x	x	x	x	x	x	x
8	Toronto	69,002	64,180	81,651	83,485	82,502	94,657	86,545	87,111
9	Vancouver	59,276	60,052	73,075	64,338	69,450	77,713	64,955	67,111
10	Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983

					Change - Variation			
1982					August/	August		
August	September	October	November	December	July	1983/1982	Province	
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	1983			
					Août/	Août		
					juillet	1983/1982		
					1983			
thousands of dollars - milliers de dollars								No
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Ile-du-Prince-Édouard	2
x	x	x	x	x	+ 16.8	x	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
76,393	88,670	90,851	106,753	156,587	+ 13.1	+ 10.4	Québec	5
159,603	196,786	189,082	245,792	355,233	- 1.0	+ 15.3	Ontario	6
25,890	33,309	29,310	39,694	52,740	+ 1.7	+ 3.7	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
86,868	100,475	99,298	124,170	168,176	+ 2.1	+ 0.8	Alberta	9
101,750	125,810	115,913	143,087	207,619	+ 4.6	+ 5.5	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
480,433	583,300	562,793	708,645	1,009,764	+ 3.6	+ 10.1	CANADA	12

TABLEAU 6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

[illegible]

TABLE 7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983

Province	1983							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	9,591	9,527	14,694	14,138	16,644	19,260	17,228	18,713
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	50,662	45,734	58,802	61,518	70,049	74,248	63,866	67,903
6 Ontario	81,085	79,427	104,349	105,406	120,552	134,287	116,523	123,519
7 Manitoba	9,411	9,805	13,092	14,479	16,027	17,045	15,275	15,917
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	17,665	19,101	25,064	26,498	29,817	30,151	27,868	29,730
10 British Columbia	18,367	18,918	24,904	25,765	28,256	28,657	27,649	28,506
11 Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	x	x	x
12 CANADA	207,353	203,997	270,051	278,817	315,835	341,809	303,265	321,971

TABLE 8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Calgary	6,466	7,095	8,995	9,617	10,581	10,633	10,216	9,951
2 Edmonton	7,179	7,691	10,431	10,936	13,027	12,879	11,683	13,251
3 Halifax-Dartmouth	3,613	3,664	5,375	5,364	5,995	6,854	6,080	6,611
4 Hamilton	3,978	3,778	4,906	4,721	5,173	4,912	4,917	5,171
5 Montreal	27,516	22,887	28,691	30,551	34,386	37,759	31,301	32,711
6 Ottawa-Hull	9,114	8,467	11,352	11,762	13,338	14,596	11,905	14,411
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x	x	x
8 Toronto	22,873	22,137	28,533	29,176	32,768	37,095	31,705	32,411
9 Vancouver	7,583	7,527	9,698	10,160	11,080	10,728	10,435	10,411
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983

1982		Change - Variation						
August	September	October	November	December	August/ July 1983	August 1983/1982	Province	
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Août/ juillet 1983	Août 1983/1982		
thousands of dollars - milliers de dollars								NO
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Ile-du-Prince-Édouard	2
x	x	x	x	x	+ 8.6	x	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
66,067	60,251	63,898	72,177	123,849	+ 6.3	+ 2.8	Québec	5
112,836	109,154	113,593	141,783	243,188	+ 6.0	+ 9.5	Ontario	6
14,454	13,280	14,947	18,260	28,133	+ 4.2	+ 10.1	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
27,209	25,107	27,977	33,962	50,563	+ 6.7	+ 9.3	Alberta	9
25,135	24,666	26,289	32,654	52,659	+ 3.1	+ 13.4	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
295,295	277,880	296,393	364,914	598,714	+ 6.2	+ 9.0	CANADA	12

ABLEAU 8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

[illegible]

TABLE 9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983

Province	1983						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	number - nombre						
1 Newfoundland	14	14	14	14	14	14	14
2 Prince Edward Island	7	7	7	7	7	7	7
3 Nova Scotia	32	32	31	31	32	32	32
4 New Brunswick	25	24	25	25	25	25	25
5 Quebec	164	161	161	161	161	161	161
6 Ontario	301	299	300	300	300	300	300
7 Manitoba	38	38	38	38	38	38	38
8 Saskatchewan	29	29	30	30	30	30	30
9 Alberta	84	84	83	83	84	84	84
10 British Columbia	102	101	101	101	101	101	101
11 Yukon and Northwest Territories	7	6	6	6	6	6	6
12 CANADA	803	795	796	796	798	798	798

TABLE 10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juill
No.	number - nombre						
1 Calgary	27	27	27	27	27	27	27
2 Edmonton	32	32	31	31	32	32	32
3 Halifax-Dartmouth	13	13	13	13	13	13	13
4 Hamilton	24	23	23	23	23	23	23
5 Montreal	80	79	79	79	79	79	79
6 Ottawa-Hull	32	31	32	32	32	32	32
7 Quebec City	19	19	19	19	19	19	19
8 Toronto	88	88	88	88	88	88	88
9 Vancouver	42	41	41	41	41	41	41
10 Winnipeg	30	30	30	30	30	30	30

TABLEAU 9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1982 et 1983

1982						Province	N ^o
August Août	August Août	September Septembre	October Octobre	November Novembre	December Décembre		
number - nombre							
14	14	14	14	14	14	Terre-Neuve	1
7	7	7	7	7	7	Île-du-Prince-Édouard	2
32	31	32	32	32	32	Nouvelle-Écosse	3
26	25	25	25	25	25	Nouveau-Brunswick	4
163	162	162	163	164	164	Québec	5
301	299	299	300	301	301	Ontario	6
38	38	38	38	38	38	Manitoba	7
31	28	28	29	29	29	Saskatchewan	8
85	83	83	84	84	84	Alberta	9
01	101	101	101	102	102	Colombie-Britannique	10
6	7	7	7	7	7	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
04	795	796	800	803	803	CANADA	12

TABLEAU 10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1982						Certaines zones métropolitaines	N ^o
August Août	August Août	September Septembre	October Octobre	November Novembre	December Décembre		
number - nombre							
	27	27	27	27	27	Calgary	1
	32	32	32	32	32	Edmonton	2
	12	13	13	13	13	Halifax-Dartmouth	3
	24	24	24	24	24	Hamilton	4
	79	79	80	80	80	Montréal	5
	32	32	32	32	32	Ottawa-Hull	6
	17	18	18	19	19	Ville de Québec	7
	87	87	88	88	88	Toronto	8
	41	41	41	42	42	Vancouver	9
	30	30	30	30	30	Winnipeg	10

TABLE 11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983

Province	1983						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	number - nombre						
1 Newfoundland	8	8	8	8	8	8	8
2 Prince Edward Island	3	3	3	3	3	3	3
3 Nova Scotia	6	6	5	5	6	6	6
4 New Brunswick	5	4	4	4	4	4	4
5 Quebec	58	55	54	54	54	54	54
6 Ontario	113	111	112	112	112	112	112
7 Manitoba	18	18	18	18	18	18	18
8 Saskatchewan	15	15	15	15	15	15	15
9 Alberta	51	51	50	50	50	50	50
10 British Columbia	60	60	60	60	60	60	60
11 Yukon and Northwest Territories	6	5	5	5	5	5	5
12 CANADA	343	336	334	334	335	335	335

TABLE 12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	number - nombre						
1 Calgary	15	15	15	15	15	15	15
2 Edmonton	19	19	18	18	18	18	18
3 Halifax-Dartmouth	5	5	5	5	5	5	5
4 Hamilton	15	14	14	14	14	14	14
5 Montreal	31	30	29	29	29	29	29
6 Ottawa-Hull	13	12	13	13	13	13	13
7 Quebec City	7	7	7	7	7	7	7
8 Toronto	40	40	40	40	40	40	40
9 Vancouver	26	26	26	26	26	26	26
10 Winnipeg	13	13	13	13	13	13	13

TABLEAU 11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983

1982						Province	N ^o
August	August	September	October	November	December		
Août	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
8	8	8	8	8	8	Terre-Neuve	1
3	3	3	3	3	3	Île-du-Prince-Édouard	2
6	5	6	6	6	6	Nouvelle-Écosse	3
4	5	5	5	5	5	Nouveau-Brunswick	4
56	57	58	58	58	58	Québec	5
112	112	112	113	113	113	Ontario	6
18	18	18	18	18	18	Manitoba	7
16	15	15	15	15	15	Saskatchewan	8
50	51	51	51	51	51	Alberta	9
60	60	60	60	60	60	Colombie-Britannique	10
5	6	6	6	6	6	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
38	340	342	343	343	343	CANADA	12

TABLEAU 12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1982						Certaines zones métropolitaines	N ^o
August	August	September	October	November	December		
Août	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
	15	15	15	15	15	Calgary	1
	19	19	19	19	19	Edmonton	2
	4	5	5	5	5	Halifax-Dartmouth	3
	15	15	15	15	15	Hamilton	4
	31	31	31	31	31	Montréal	5
	13	13	13	13	13	Ottawa-Hull	6
	6	7	7	7	7	Ville de Québec	7
	40	40	40	40	40	Toronto	8
	26	26	26	26	26	Vancouver	9
	13	13	13	13	13	Winnipeg	10

TABLE 13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983

Province	1983						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	number - nombre						
1 Newfoundland	6	6	6	6	6	6	6
2 Prince Edward Island	4	4	4	4	4	4	4
3 Nova Scotia	26	26	26	26	26	26	26
4 New Brunswick	20	20	21	21	21	21	21
5 Quebec	106	106	107	107	107	107	107
6 Ontario	188	188	188	188	188	188	188
7 Manitoba	20	20	20	20	20	20	20
8 Saskatchewan	14	14	15	15	15	15	15
9 Alberta	33	33	33	33	34	34	34
10 British Columbia	42	41	41	41	41	41	41
11 Yukon and Northwest Territories	1	1	1	1	1	1	1
12 CANADA	460	459	462	462	463	463	463

TABLE 14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	number - nombre						
1 Calgary	12	12	12	12	12	12	12
2 Edmonton	13	13	13	13	14	14	14
3 Halifax-Dartmouth	8	8	8	8	8	8	8
4 Hamilton	9	9	9	9	9	9	9
5 Montreal	49	49	50	50	50	50	50
6 Ottawa-Hull	19	19	19	19	19	19	19
7 Quebec City	12	12	12	12	12	12	12
8 Toronto	48	48	48	48	48	48	48
9 Vancouver	16	15	15	15	15	15	15
10 Winnipeg	17	17	17	17	17	17	17

TABLEAU 13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983

1982						Province	N ^o
August Août	August Août	September Septembre	October Octobre	November Novembre	December Décembre		
Number - nombre							
6	6	6	6	6	6	Terre-Neuve	1
4	4	4	4	4	4	Île-du-Prince-Édouard	2
26	26	26	26	26	26	Nouvelle-Écosse	3
22	20	20	20	20	20	Nouveau-Brunswick	4
07	105	104	105	106	106	Québec	5
39	187	187	187	188	188	Ontario	6
20	20	20	20	20	20	Manitoba	7
15	13	13	14	14	14	Saskatchewan	8
35	32	32	33	33	33	Alberta	9
11	41	41	41	42	42	Colombie-Britannique	10
1	1	1	1	1	1	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
6	455	454	457	460	460	CANADA	12

TABLEAU 14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1982						Certaines zones métropolitaines	N ^o
August Août	August Août	September Septembre	October Octobre	November Novembre	December Décembre		
Number - nombre							
12	12	12	12	12	12	Calgary	1
13	13	13	13	13	13	Edmonton	2
8	8	8	8	8	8	Halifax-Dartmouth	3
9	9	9	9	9	9	Hamilton	4
48	48	48	49	49	49	Montréal	5
19	19	19	19	19	19	Ottawa-Hull	6
11	11	11	11	12	12	Ville de Québec	7
47	47	47	48	48	48	Toronto	8
15	15	15	15	16	16	Vancouver	9
17	17	17	17	17	17	Winnipeg	10

TABLE 15. Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983
January-August

TABLEAU 15. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983
Janvier-août

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1983/1982
		1982 ¹	1983	Variation 1983/1982
		thousands of dollars		per cent
		milliers de dollars		pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	119,071	115,361	- 3.1
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	85,847	88,307	+ 2.9
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sport pour dames et jeunes filles	320,719	354,482	+ 10.5
4	Furs - Fourrures	15,893	14,417	- 9.3
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	161,750	162,290	+ 0.3
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes	115,021	112,732	- 2.0
7	Lingerie and women's sleeperwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	106,264	113,960	+ 7.2
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	70,051	75,541	+ 7.8
9	Millinery - Chapeaux	8,172	8,893	+ 8.8
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	65,794	70,323	+ 6.9
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	82,806	88,288	+ 6.6
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	155,646	160,726	+ 3.3
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes	227,772	223,011	- 2.1
14	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	236,166	265,414	+ 12.4
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillem- ent pour garçons	80,736	87,995	+ 9.0
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	100,742	107,882	+ 7.1
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	429,803	432,644	+ 0.7
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	308,147	341,080	+ 10.7
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photo- graphiques	89,595	90,697	+ 1.2
20	Piece goods - Tissus à la pièce	34,017	32,845	- 3.4
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison	174,886	199,971	+ 14.3
22	Smallwares and notions - Menus articles	58,042	59,200	+ 2.0
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie	73,903	78,633	+ 6.4
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	87,280	95,392	+ 9.3
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	106,190	112,384	+ 5.8
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	54,543	56,606	+ 3.8
27	Furniture - Meubles	300,215	348,109	+ 16.0
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	267,702	327,097	+ 22.2
29	Television, radio and music - Télévision, radio et musique	221,851	267,666	+ 20.7
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	227,654	244,565	+ 7.4
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	204,261	195,095	- 4.5
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	75,179	87,136	+ 15.9
33	Jewellery - Bijouterie	121,203	117,646	- 2.9
34	Toys and games - Jouets et jeux	88,231	107,901	+ 22.3
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	211,871	194,082	- 8.4
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	161,999	187,337	+ 15.6
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	132,409	128,460	- 3.0
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	154,357	157,342	+ 1.9
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation	56,046	73,861	+ 31.8
40	All other departments - Tous autres rayons	213,836	230,170	+ 7.6
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	5,805,670	6,215,541	+ 7.1

TABLE 16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983
January-August

TABLEAU 16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1982 et 1983
Janvier-août

Province	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	67,568	71,325	+ 5.6
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	34,576	39,224	+ 13.4
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	145,376	176,182	+ 21.2
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	119,136	131,115	+ 10.1
Québec	1,033,450	1,114,997	+ 7.9
Ontario	2,038,139	2,225,708	+ 9.2
Manitoba	305,090	319,841	+ 4.8
Saskatchewan	165,560	192,916	+ 16.5
Alberta	874,648	889,374	+ 1.7
British Columbia - Colombie-Britannique	1,000,857	1,035,410	+ 3.5
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	21,272	19,455	- 8.5
CANADA	5,805,670	6,215,541	+ 7.1

TABLE 17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983
January-August

TABLEAU 17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines,
1982 et 1983
Janvier-août

Selected metropolitan areas Certaines zones métropolitaines	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	351,832	340,351	- 3.3
Edmonton	393,921	404,479	+ 2.7
Halifax-Dartmouth	75,241	97,479	+ 29.6
Hamilton	152,178	160,861	+ 5.7
Montréal	619,533	660,637	+ 6.6
Ottawa-Hull	238,113	270,274	+ 13.5
Quebec City - Ville de Québec	139,161	156,214	+ 12.3
Toronto	826,641	886,343	+ 7.2
Vancouver	602,217	614,477	+ 2.0
Winnipeg	276,443	289,471	+ 4.7

TABLE 18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983
January-August

TABLEAU 18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983
Janvier-août

Province	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^F	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	x	56,386	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	574,347	622,217	+ 8.3
Ontario	1,230,434	1,360,560	+ 10.6
Manitoba	199,491	208,791	+ 4.7
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	683,728	683,480	--
British Columbia - Colombie-Britannique	813,257	834,388	+ 2.6
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	x	x
CANADA	3,725,447	3,972,436	+ 6.6

TABLE 19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983
January-August

TABLEAU 19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983
Janvier-août

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^F	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	275,342	266,754	- 3.1
Edmonton	318,178	317,401	- 0.2
Halifax-Dartmouth	x	53,899	x
Hamilton	114,438	123,301	+ 7.7
Montréal	391,291	414,758	+ 6.0
Ottawa-Hull	153,037	175,257	+ 14.5
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	605,645	649,626	+ 7.3
Vancouver	527,658	536,768	+ 1.7
Winnipeg	x	x	x

TABLE 20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983
January-August

TABLERAU 20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983
Janvier-août

Province	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	x	119,795	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	459,102	492,782	+ 7.3
Ontario	807,705	865,148	+ 7.1
Manitoba	105,598	111,051	+ 5.2
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	190,922	205,894	+ 7.8
British Columbia - Colombie-Britannique	187,599	201,022	+ 7.2
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	x	x
CANADA	2,080,223	2,243,105	+ 7.8

TABLE 21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983
January-August

TABLERAU 21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines,
1982 et 1983
Janvier-août

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	76,490	73,596	- 3.8
Edmonton	75,745	87,076	+ 15.0
Halifax-Dartmouth	x	43,580	x
Hamilton	37,740	37,561	- 0.5
Montréal	228,241	245,879	+ 7.7
Ottawa-Hull	85,076	95,016	+ 11.7
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	220,998	236,717	+ 7.1
Vancouver	74,558	77,708	+ 4.2
Winnipeg	x	x	x

TABLE 22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1981-1983

TABLEAU 22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1981-1983

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major Traditionnels		Junior Populaires	
	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution
	'000	%	'000	%	'000	%
1981:						
January - Janvier	643,821	100.0	442,269	68.7	201,552	31.3
February - Février	568,767	100.0	381,684	67.1	187,082	32.9
March - Mars	688,718	100.0	471,588	68.5	217,130	31.5
April - Avril	793,595	100.0	521,698	65.7	271,897	34.3
May - Mai	822,881	100.0	532,820	64.8	290,061	35.2
June - Juin	835,934	100.0	548,803	65.7	287,131	34.3
July - Juillet	757,743	100.0	485,895	64.1	271,848	35.9
August - Août	786,492	100.0	499,216	63.5	287,276	36.5
September - Septembre	848,390	100.0	575,366	67.8	273,024	32.2
October - Octobre	892,549	100.0	591,596	66.3	300,954	33.7
November - Novembre	1,036,498	100.0	686,067	66.2	350,430	33.8
December - Décembre	1,542,685	100.0	972,086	63.0	570,598	37.0
Year - Année	10,218,073	100.0	6,709,088	65.7	3,508,983	34.3
1982:						
January - Janvier	600,051	100.0	404,403	67.4	195,648	32.6
February - Février	578,049	100.0	386,536	66.9	191,513	33.1
March - Mars	694,137	100.0	466,897	67.3	227,240	32.7
April - Avril	788,971	100.0	503,423	63.8	285,547	36.2
May - Mai	813,933	100.0	507,484	62.3	306,449	37.7
June - Juin	790,853	100.0	498,681	63.1	292,172	36.9
July - Juillet	763,949	100.0	477,590	62.5	286,359	37.5
August - Août	775,727	100.0	480,433	61.9	295,295	38.1
September - Septembre	861,179	100.0	583,300	67.7	277,880	32.3
October - Octobre	859,187	100.0	562,793	65.5	296,393	34.5
November - Novembre	1,073,558	100.0	708,645	66.0	364,914	34.0
December - Décembre	1,608,478	100.0	1,009,764	62.8	598,714	37.2
Year - Année	10,208,072	100.0	6,589,949	64.6	3,618,124	35.4
1983:						
January - Janvier	623,426	100.0	416,073	66.7	207,353	33.3
February - Février	604,104	100.0	400,107	66.2	203,997	33.8
March - Mars	787,578	100.0	517,527	65.7	270,051	34.3
April - Avril	775,268	100.0	496,451	64.0	278,817	36.0
May - Mai	840,268	100.0	524,432	62.4	315,835	37.6
June - Juin	920,164	100.0	578,356	62.9	341,809	37.1
July - Juillet	813,792	100.0	510,527	62.7	303,265	37.3
August - Août	850,941	100.0	528,963	62.2	321,978	37.8
September - Septembre						
October - Octobre						
November - Novembre						
December - Décembre						
Year - Année						

TABLE 23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981-1983
August

TABLEAU 23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1981-1983
Août

Province and Selected Metropolitan Areas	Distribution			Change 1983/1982
	1981 ^F	1982 ^F	1983	Variation 1983/1982
Province et certaines zones métropolitaines	1981 ^F	1982 ^F	1983	Variation 1983/1982
	per cent - pourcentage			
Newfoundland - Terre-Neuve	7.3	6.6	6.4	- 3.0
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	13.1	13.3	14.7	+ 10.5
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	8.4	8.3	9.0	+ 8.4
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	8.4	8.3	8.4	+ 1.2
Québec	7.9	7.4	7.2	- 2.7
Ontario	10.0	9.4	9.4	--
Manitoba	13.2	12.9	12.3	- 4.7
Saskatchewan	6.7	6.9	7.7	+ 11.6
Alberta	13.6	13.1	12.5	- 4.6
British Columbia - Colombie-Britannique	13.8	13.4	13.2	- 1.5
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	12.4	11.4	10.2	- 10.5
CANADA	10.3	9.7	9.6	- 1.0
Montréal	10.1	9.1	9.5	+ 4.4
Toronto	11.0	10.5	10.3	- 1.9
Winnipeg	19.3	18.3	17.1	- 6.6
Vancouver	16.5	15.7	15.4	- 1.9

TABLE 24. Department Store Monthly Stocks(1), by Department, Canada, 1982 and 1983

		1983							
Department		January	February	March	April	May	June	July	August
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.		thousands of dollars							
		milliers de dollars							
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	36,432	39,827	50,212	59,149	53,684	36,711	42,081	43,457
2	Women's and misses' coats and suits	36,868	41,207	41,457	35,693	24,664	23,800	49,565	57,032
3	Women's and misses' sportswear	107,426	114,463	149,791	170,227	155,028	121,651	131,195	150,347
4	Furs	17,836	15,771	16,471	11,029	16,953	16,502	16,626	19,377
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	58,915	64,568	74,045	83,519	79,876	75,769	92,074	87,362
6	Girls' and teenage girls' wear	31,258	37,273	48,282	47,809	44,476	35,746	51,879	43,511
7	Lingerie and women's sleepwear	39,897	39,099	47,104	51,975	49,709	40,490	42,019	47,418
8	Intimate apparel	33,424	29,920	32,831	37,468	34,662	31,439	33,097	33,009
9	Millinery	2,102	1,866	1,419	2,377	1,272	1,207	2,177	2,271
10	Women's and girls' hosiery	26,254	26,790	31,773	35,437	35,235	33,481	34,379	37,846
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	39,618	39,966	46,630	49,543	44,084	36,338	39,828	43,635
12	Women's, misses' and children's footwear	75,549	81,500	102,693	104,725	104,081	81,416	94,407	100,450
13	Men's clothing	111,702	137,579	160,091	148,765	151,819	134,412	146,171	180,451
14	Men's furnishings	119,180	123,058	135,003	153,735	149,872	125,302	129,761	148,638
15	Boys' clothing and furnishings	37,083	39,551	42,311	44,467	41,278	37,897	56,656	40,952
16	Men's and boys' footwear	62,415	58,203	74,673	73,963	83,261	69,612	75,056	75,370
17	Food and kindred products	38,119	40,249	41,106	44,482	34,242	43,524	40,777	38,548
18	Toiletries, cosmetics and drugs	193,004	149,162	169,033	191,342	172,373	181,084	194,026	194,776
19	Photographic equipment and supplies	55,045	49,854	54,360	57,791	61,072	58,920	62,265	57,702
20	Piece goods	23,618	23,824	30,107	25,966	34,748	25,447	29,677	32,472
21	Linens and domestics	108,506	112,560	113,998	125,286	135,602	119,765	122,715	120,221
22	Smallwares and notions	35,739	35,053	35,812	41,415	41,569	44,135	45,371	43,584
23	China and glassware	84,102	88,609	91,736	84,773	100,191	94,877	95,614	102,860
24	Floor coverings	48,316	46,440	50,642	47,834	53,084	52,260	49,702	47,731
25	Draperies, curtains and furniture coverings	61,298	57,776	68,398	63,753	66,310	64,039	62,464	64,198
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	43,617	44,175	53,031	49,665	59,162	54,666	55,696	60,450
27	Furniture	181,679	165,287	189,195	198,840	205,478	177,372	167,625	160,010
28	Major appliances	55,572	57,648	63,180	69,351	59,243	47,090	47,595	49,861
29	Television, radio and music	134,764	131,777	151,558	159,265	161,893	158,662	155,018	161,955
30	Housewares and small electrical appliances	170,418	162,985	159,781	188,257	177,327	185,823	181,255	189,186
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	112,354	108,723	142,575	125,815	141,078	141,086	134,833	127,013
32	Plumbing, heating and building materials	39,957	34,939	39,448	41,778	39,941	36,465	38,431	38,074
33	Jewellery	117,632	110,023	120,944	120,272	121,509	113,997	116,291	116,363
34	Toys and games	75,546	72,948	82,299	97,260	90,069	95,757	101,149	114,820
35	Sporting goods and luggage	107,199	108,929	129,534	153,593	157,055	141,320	136,862	123,873
36	Stationery, books and magazines	90,122	86,102	87,617	116,391	121,986	125,228	143,469	135,751
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	52,060	50,341	50,900	53,909	53,541	48,817	50,965	52,143
38	Meals and lunches	1,275	1,192	1,450	1,450	1,161	1,355	1,311	1,111
39	Repairs and services	4,872	4,284	4,865	4,625	4,140	4,530	4,588	4,779
40	All other departments	53,646	53,321	65,753	88,638	72,619	63,374	62,179	65,009
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	2,724,419	2,686,842	3,052,108	3,261,632	3,235,347	2,981,366	3,136,849	3,213,616

(1) At selling value.

TABLEAU 24. Stocks(1) mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1982					Change - Variation			
August	September	October	November	December	August/ July 1983	August 1983/1982	Rayon	
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Août/ juillet 1983	Août 1983/1982		
thousands of dollars								N°
milliers de dollars					per cent			
					pourcentage			
42,355	43,320	54,009	50,828	38,810	+ 3.3	+ 2.6	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
56,427	68,743	66,218	52,222	40,267	+ 15.1	+ 1.1	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
117,688	114,010	133,971	138,538	110,563	+ 14.6	+ 27.8	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
18,258	17,588	22,827	20,360	19,452	+ 16.5	+ 6.1	Fourrures	4
70,437	70,942	83,526	72,897	69,554	- 5.1	+ 24.0	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
47,566	51,960	50,778	52,112	34,263	- 16.1	- 8.5	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
46,257	46,325	59,780	64,918	42,026	+ 12.8	+ 2.5	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
29,948	26,105	33,155	32,173	31,988	- 0.3	+ 10.2	Sous-vêtements	8
1,708	1,918	3,268	3,766	3,533	+ 4.3	+ 33.0	Chapeaux	9
30,283	26,946	31,556	31,492	29,650	+ 10.1	+ 25.0	Bas pour dames et fillettes	10
42,880	44,167	56,141	59,220	41,659	+ 9.6	+ 1.8	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
101,987	99,683	109,058	97,074	91,924	+ 6.4	- 1.5	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
183,462	161,644	185,614	179,517	161,113	+ 23.5	- 1.6	Vêtements pour hommes	13
150,515	159,247	193,533	178,826	119,168	+ 14.5	- 1.2	Articles d'habillement pour hommes	14
35,990	39,792	49,443	42,803	33,681	- 27.7	+ 13.8	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
75,912	67,074	77,159	75,798	70,433	+ 0.4	- 0.7	Chaussures pour hommes et garçons	16
28,536	32,626	36,832	44,862	34,859	- 5.5	+ 35.1	Produits alimentaires et connexes	17
155,235	147,765	194,071	215,162	167,598	+ 0.4	+ 25.5	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
54,853	50,093	67,887	62,550	48,135	- 7.3	+ 5.2	Appareils et fournitures photographiques	19
28,841	23,364	29,943	25,946	28,235	+ 9.4	+ 12.6	Tissus à la pièce	20
89,225	84,968	98,419	113,712	121,738	- 2.0	+ 34.7	Literie et linge de maison	21
38,478	35,601	37,288	35,301	45,003	- 3.9	+ 13.3	Menus articles	22
91,111	86,481	91,220	101,865	105,581	+ 7.6	+ 12.9	Porcelaine et verrerie	23
57,868	52,400	54,803	48,227	56,021	- 4.0	- 17.5	Revêtements de plancher	24
58,951	56,532	65,384	62,606	67,382	+ 2.8	+ 8.9	Tentures, rideaux et housses	25
51,370	48,692	59,624	56,218	45,756	+ 8.5	+ 17.7	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
182,097	170,228	189,974	187,000	223,087	- 4.5	- 12.1	Meubles	27
60,083	56,445	56,357	58,759	63,148	+ 4.8	- 17.0	Gros appareils ménagers	28
123,830	114,122	146,700	154,829	152,008	+ 4.5	+ 30.8	Télévision, radio et musique	29
134,753	134,500	147,675	178,026	153,913	+ 4.4	+ 40.4	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
138,025	121,437	140,109	127,397	129,807	- 5.8	- 8.0	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
33,434	33,790	34,995	39,477	49,311	- 0.9	+ 13.9	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
114,052	107,112	135,171	150,622	115,806	+ 0.1	+ 2.0	Bijouterie	33
93,490	109,355	143,875	117,303	59,061	+ 13.5	+ 22.8	Jouets et jeux	34
116,642	119,700	158,309	142,524	121,635	- 9.5	+ 6.2	Articles de sport et valises	35
97,897	90,189	105,329	112,896	83,094	- 5.4	+ 38.7	Papeterie, livres et revues	36
49,511	50,786	56,012	52,276	62,805	+ 2.3	+ 5.3	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
640	861	817	896	1,008	- 15.3	+ 73.6	Repas et casse-croûtes	38
4,710	4,794	5,080	5,409	4,925	+ 4.2	+ 1.5	Services et travaux de réparation	39
59,999	61,378	75,695	79,189	61,884	+ 4.6	+ 8.4	Tous autres rayons	40
2,915,304	2,832,683	3,341,605	3,325,596	2,939,884	+ 2.4	+ 10.2	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Valeur de vente.

TABLE 25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983(1)

Department	1983						
	January	February	March	April	May	June	July ^F
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet ^F
No.	thousands of dollars						
	milliers de dollars						
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	41,188	40,919	48,271	46,779	49,034	42,302	44,948
2 Women's and misses' coats and suits	51,920	50,338	49,709	45,984	37,226	35,751	39,223
3 Women's and misses' sportswear	128,912	125,274	146,610	140,711	136,730	132,611	131,569
4 Furs	18,224	17,763	19,730	12,448	18,893	18,268	18,439
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	71,097	74,423	85,443	73,710	78,482	82,101	76,321
6 Girls' and teenage girls' wear	43,119	43,352	51,429	42,964	42,337	40,395	42,075
7 Lingerie and women's sleepwear	49,422	47,001	51,050	47,496	47,003	45,609	45,448
8 Intimate apparel	32,718	31,986	35,155	35,112	33,245	33,795	33,559
9 Millinery	2,347	2,356	2,146	2,661	1,320	1,794	2,908
10 Women's and girls' hosiery	29,350	29,452	32,598	31,977	32,421	34,487	33,209
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	47,052	45,003	48,142	45,604	43,320	42,629	42,474
12 Women's, misses' and children's footwear	92,144	89,992	99,345	88,254	93,485	83,513	93,242
13 Men's clothing	151,274	151,895	171,569	143,937	150,917	156,744	152,754
14 Men's furnishings	143,514	140,972	145,493	141,656	143,198	140,377	130,815
15 Boys' clothing and furnishings	42,754	41,481	47,413	42,901	43,473	43,411	43,401
16 Men's and boys' footwear	75,578	68,576	75,351	66,900	73,061	70,532	72,877
17 Food and kindred products	***	***	***	***	***	***	***
18 Toiletries, cosmetics and drugs	189,619	174,578	188,758	183,142	169,970	186,419	194,467
19 Photographic equipment and supplies	55,614	56,232	64,286	54,606	57,775	64,817	62,571
20 Piece goods	26,095	24,385	29,715	24,410	32,937	25,977	27,951
21 Linens and domestics	114,704	116,166	116,622	113,891	121,330	118,142	125,031
22 Smallwares and notions	39,803	40,576	39,880	38,000	37,580	40,594	40,594
23 China and glassware	94,850	96,714	96,453	86,216	95,189	96,680	96,161
24 Floor coverings	49,883	48,945	53,504	47,376	49,895	49,138	47,851
25 Draperies, curtains and furniture coverings	60,893	59,884	70,820	60,208	63,443	65,733	62,311
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	49,398	49,264	56,876	49,729	53,616	54,323	54,241
27 Furniture	190,432	174,822	195,753	178,665	188,322	179,954	170,701
28 Major appliances	57,173	56,664	64,136	63,740	59,099	51,790	49,521
29 Television, radio and music	143,176	145,912	158,683	147,416	155,144	158,997	159,861
30 Housewares and small electrical appliances	181,014	184,732	166,456	172,893	169,441	184,866	182,151
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	131,975	124,757	151,450	118,774	127,355	134,848	127,561
32 Plumbing, heating and building materials	***	***	***	***	***	***	***
33 Jewellery	129,398	118,199	125,370	111,683	117,289	120,157	120,911
34 Toys and games	88,995	89,707	101,179	96,912	100,161	117,408	114,211
35 Sporting goods and luggage	138,968	132,646	140,783	130,653	134,818	139,685	138,111
36 Stationery, books and magazines	100,605	101,051	101,774	113,122	114,364	123,704	128,011
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	56,573	55,477	57,861	49,971	50,561	52,001	52,111
38 Meals and lunches	***	***	***	***	***	***	***
39 Repairs and services	5,405	5,282	5,942	4,826	4,307	4,673	4,411
40 All other departments	74,267	67,776	63,474	73,294	63,966	63,764	61,111
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,040,777	3,006,135	3,253,500	3,006,794	3,064,526	3,144,395	3,088,111

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1982 et 1983(1)

1982						Change - Variation		Rayon	N°
AugustP	August	September	October	November	December	August/ July 1983			
AoûtP	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Août/ juillet 1983			
Thousands of dollars						per cent			
milliers de dollars						pourcentage			
49,586	48,491	49,698	45,887	44,435	43,000	+ 10.3		Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
44,286	42,996	51,326	42,969	43,029	49,588	+ 12.9		formes pour dames et jeunes filles	7
153,588	119,337	126,199	119,758	121,394	135,994	+ 16.7		Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
19,225	17,628	15,280	17,583	16,928	18,011	+ 4.3		filles	3
84,702	68,120	73,923	69,912	67,729	76,613	+ 11.0		Vêtements sport pour dames et jeunes filles	4
								Fourrures	4
								Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
								de chambres d'enfants	
39,736	43,545	52,262	42,814	45,226	46,232	- 5.6		Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
48,960	48,002	49,779	44,138	47,892	52,978	+ 7.7		Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
33,683	30,340	31,195	30,745	27,016	31,652	+ 0.4		Sous-vêtements	8
2,748	2,027	2,330	2,377	2,239	2,327	- 5.5		Chapeaux	9
34,247	27,123	29,454	29,075	29,227	34,191	+ 3.1		Bas pour dames et fillettes	10
45,806	45,161	48,821	42,232	45,425	49,461	+ 7.8		Gants, moufles et articles de parure pour	11
98,625	98,291	108,197	99,109	97,852	99,145	+ 5.8		dames et fillettes	
156,682	159,716	162,732	145,626	148,826	164,501	+ 2.6		Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
146,010	147,408	159,732	146,048	147,889	156,835	+ 11.6		enfants	
43,217	37,361	40,770	38,205	39,126	41,322	- 0.4		Vêtements pour hommes	13
								Articles d'habillement pour hommes	14
								Vêtements et articles d'habillement pour	15
								garçons	
74,278	74,422	74,445	64,298	71,807	77,083	+ 1.9		Chaussures pour hommes et garçons	16
***	***	***	***	***	***	***		Produits alimentaires et connexes	17
216,010	174,144	171,757	154,042	164,851	180,981	+ 11.1		Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
58,480	56,700	56,734	51,393	49,077	55,299	- 6.5		caments	
32,100	28,596	25,822	27,296	25,920	28,293	+ 14.8		Appareils et fournitures photographiques	19
								Tissus à la pièce	20
131,894	97,468	102,905	94,407	103,756	117,977	+ 5.5		Literie et linge de maison	21
42,792	37,767	39,180	36,014	37,454	44,053	+ 5.4		Menus articles	22
104,522	92,482	93,977	83,876	89,920	94,736	+ 8.7		Porcelaine et verrerie	23
46,238	56,263	59,229	52,658	50,595	51,900	- 3.4		Revêtements de plancher	24
67,315	62,068	66,293	61,412	61,418	63,613	+ 8.0		Tentures, rideaux et housses	25
58,282	49,514	52,213	49,029	49,831	54,430	+ 7.4		Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
169,808	191,967	202,524	189,204	187,444	201,135	- 0.5		d'ameublement pour la maison	
53,356	64,883	67,370	54,945	53,734	56,357	+ 7.7		Meubles	27
173,195	131,532	131,297	131,298	131,154	144,869	+ 8.3		Gros appareils ménagers	28
197,028	139,024	146,847	128,739	153,799	172,142	+ 8.2		Télévision, radio et musique	29
								Articles de ménage et petits appareils élec-	30
								triques	
116,912	129,279	137,286	125,977	118,978	139,860	- 8.4		Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
***	***	***	***	***	***	***		etc.	
122,474	119,454	123,943	115,049	120,860	126,772	+ 1.2		Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
106,829	87,474	88,439	83,479	85,915	103,238	- 6.5		truction	
133,844	123,707	125,853	123,082	126,813	139,118	- 3.1		Bijouterie	33
								Jouets et jeux	34
								Articles de sport et valises	35
128,564	93,379	93,881	85,544	92,777	101,561	+ 0.4		Papeterie, livres et revues	36
52,431	49,583	53,058	46,334	46,212	66,374	+ 0.5		Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
***	***	***	***	***	***	***		réparation et fournitures	
4,503	4,297	4,600	3,968	4,800	5,487	+ 1.9		Repas et casse-croûtes	38
67,810	60,033	64,393	63,120	67,745	82,731	+ 10.5		Services et travaux de réparation	39
								Tous autres rayons	40
3,239,532	2,927,499	3,083,081	2,804,523	2,915,066	3,156,073	+ 4.9		TOTAL, TOUTS RAYONS	41

(1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 26. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1982 and 1983

No.	Department	1983						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	4.55	4.03	3.73	3.67	2.73	1.85	3.09
2	Women's and misses' coats and suits	3.44	3.94	2.66	2.51	2.88	3.76	7.99
3	Women's and misses' sportswear	3.82	3.38	3.23	3.74	2.87	2.16	3.10
4	Furs	3.92	5.04	7.54	12.42	63.97	32.55	15.09
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.53	3.97	3.46	4.14	3.82	3.43	4.62
6	Girls' and teenage girls' wear	3.84	3.63	2.70	3.47	3.10	2.43	4.64
7	Lingerie and women's sleepwear	3.91	3.51	3.40	3.63	3.05	2.21	2.78
8	Intimate apparel	4.58	4.33	3.34	3.74	3.42	2.73	3.46
9	Millinery	1.68	1.84	1.42	1.88	1.19	1.05	2.06
10	Women's and girls' hosiery	3.25	3.63	3.12	3.45	3.43	3.58	4.78
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4.68	4.99	3.91	3.95	3.27	2.76	4.03
12	Women's, misses' and children's footwear	5.74	6.26	4.82	4.56	4.33	3.18	5.38
13	Men's clothing	5.39	6.87	4.85	4.90	5.24	3.64	6.02
14	Men's furnishings	5.29	5.46	4.10	4.93	4.23	2.33	3.82
15	Boys' clothing and furnishings	5.75	6.03	3.87	3.84	3.59	3.07	5.83
16	Men's and boys' footwear	7.04	6.44	5.14	5.04	5.41	3.87	5.77
17	Food and kindred products	0.80	0.69	0.73	0.79	0.60	0.84	0.82
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5.17	3.97	3.83	4.43	3.88	4.00	4.50
19	Photographic equipment and supplies	5.94	5.96	5.19	5.63	5.43	4.15	4.67
20	Piece goods	6.83	6.70	6.33	6.30	7.96	5.81	8.10
21	Linens and domestics	3.83	7.01	5.17	5.49	5.78	3.95	4.28
22	Smallwares and notions	3.96	4.95	4.54	5.68	6.45	6.38	6.42
23	China and glassware	11.17	10.51	8.18	9.51	8.23	9.41	9.13
24	Floor coverings	5.14	4.91	3.89	4.12	4.52	4.15	3.57
25	Draperies, curtains and furniture coverings	5.97	5.61	4.93	4.37	4.25	3.82	3.89
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6.46	8.01	6.55	7.01	8.68	7.74	7.33
27	Furniture	4.76	5.46	4.45	5.50	4.48	3.73	2.86
28	Major appliances	1.65	2.08	1.74	2.11	1.51	0.87	0.81
29	Television, radio and music	3.83	4.69	4.00	5.32	5.20	4.93	4.32
30	Housewares and small electrical appliances	6.69	5.58	5.78	6.22	5.61	5.22	5.58
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	6.34	6.63	6.74	5.03	4.14	4.32	5.19
32	Plumbing, heating and building materials	5.54	4.51	4.59	3.88	3.24	2.28	2.86
33	Jewellery	12.26	9.92	7.85	7.70	7.07	6.31	7.92
34	Toys and games	9.39	7.85	6.12	6.70	6.41	6.08	6.19
35	Sporting goods and luggage	5.93	7.51	6.45	6.28	5.31	4.02	4.63
36	Stationery, books and magazines	4.68	4.45	3.52	5.17	5.42	4.99	6.39
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	4.09	4.54	3.37	3.32	2.82	2.40	2.95
38	Meals and lunches	0.07	0.07	0.07	0.07	0.06	0.06	0.06
39	Repairs and services	0.63	0.52	0.48	0.49	0.44	0.44	0.51
40	All other departments	2.61	2.63	2.50	2.78	1.95	1.71	2.10
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.25	4.35	3.81	4.16	3.74	3.16	3.68

TABEAU 26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1982						Rayon	N ^o
August	August	September	October	November	December		
Août	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
2.95	2.88	2.67	3.54	2.80	1.67	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
3.51	3.33	3.90	2.86	2.08	1.82	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
3.12	2.69	1.99	5.03	2.68	1.60	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
10.81	10.47	6.58	5.52	3.44	3.09	Fourrures	4
3.52	2.78	2.90	3.34	2.68	1.88	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
1.94	2.08	2.84	3.39	2.66	1.29	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
3.23	3.54	2.75	3.53	2.59	0.92	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3.22	3.21	2.45	3.72	3.04	2.22	Sous-vêtements	8
2.07	1.75	1.21	1.49	1.07	0.78	Chapeaux	9
5.00	3.70	2.13	2.67	2.41	1.63	Bas pour dames et fillettes	10
4.03	4.07	2.82	3.62	2.64	1.15	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
4.36	4.63	3.49	4.18	3.13	2.98	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
6.29	6.56	4.18	5.13	3.55	2.43	Vêtements pour hommes	13
4.49	4.69	4.00	5.09	3.09	1.08	Articles d'habillement pour hommes	14
2.16	2.02	3.34	4.28	2.92	1.40	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
5.23	5.67	3.91	5.07	3.69	2.90	Chaussures pour hommes et garçons	16
0.69	0.50	0.66	0.67	0.66	0.43	Produits alimentaires et connexes	17
4.21	3.84	3.54	4.22	3.81	1.52	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
4.26	4.15	3.93	5.60	4.00	1.48	Appareils et fournitures photographiques	19
7.13	6.50	4.25	5.42	4.67	6.05	Tissus à la pièce	20
4.25	3.65	3.00	3.84	4.08	2.77	Literie et linge de maison	21
5.83	5.13	3.36	3.80	3.22	3.57	Menus articles	22
10.46	9.89	6.96	8.48	6.20	3.02	Porcelaine et verrerie	23
3.49	5.56	4.53	3.96	3.42	4.81	Revêtements de plancher	24
4.31	4.48	4.20	4.54	3.84	3.67	Tentures, rideaux et housses	25
7.88	7.13	5.72	6.69	4.42	2.17	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
3.27	5.14	4.44	4.84	4.62	5.30	Meubles	27
1.11	1.86	1.47	1.39	1.37	1.45	Gros appareils ménagers	28
4.33	4.03	2.66	3.89	3.05	1.90	Télévision, radio et musique	29
5.87	4.43	4.21	4.17	4.14	1.93	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
5.73	6.02	5.24	5.03	4.94	3.66	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
3.43	3.78	3.57	3.45	3.82	4.04	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
7.27	7.18	5.01	7.51	5.39	1.76	Bijouterie	33
6.98	7.67	8.84	6.91	2.64	0.73	Jouets et jeux	34
5.46	4.91	5.10	7.67	5.14	2.39	Articles de sport et valises	35
4.34	3.54	3.30	4.71	3.43	1.22	Papeterie, livres et revues	36
3.11	3.10	3.33	2.87	2.35	2.77	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
0.05	0.03	0.04	0.04	0.04	0.03	Repas et casse-croûtes	38
0.50	0.69	0.65	0.57	0.45	0.37	Services et travaux de réparation	39
2.39	2.35	2.42	2.79	2.76	1.22	Tous autres rayons	40
3.64	3.65	3.23	3.81	3.06	1.80	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 27. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, Canada, 1982 and 1983

Department	1983						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.							
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.21	0.26	0.30	0.29	0.35	0.44	0.35
2 Women's and misses' coats and suits	0.28	0.27	0.38	0.37	0.28	0.26	0.17
3 Women's and misses' sportswear	0.26	0.30	0.35	0.28	0.33	0.41	0.33
4 Furs	0.24	0.19	0.14	0.06	0.02	0.03	0.07
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	0.26	0.26	0.31	0.26	0.26	0.28	0.24
6 Girls' and teenage girls' wear	0.25	0.30	0.42	0.29	0.31	0.37	0.26
7 Lingerie and women's sleepwear	0.25	0.28	0.32	0.29	0.32	0.41	0.37
8 Intimate apparel	0.22	0.22	0.31	0.29	0.28	0.35	0.30
9 Millinery	0.44	0.51	0.61	0.67	0.59	0.93	0.62
10 Women's and girls' hosiery	0.29	0.28	0.35	0.31	0.29	0.27	0.21
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.21	0.20	0.28	0.26	0.29	0.33	0.26
12 Women's, misses' and children's footwear	0.16	0.17	0.23	0.22	0.23	0.28	0.20
13 Men's clothing	0.15	0.16	0.22	0.20	0.19	0.26	0.17
14 Men's furnishings	0.19	0.19	0.26	0.22	0.23	0.39	0.27
15 Boys' clothing and furnishings	0.18	0.17	0.27	0.27	0.27	0.31	0.21
16 Men's and boys' footwear	0.13	0.15	0.22	0.20	0.20	0.24	0.18
17 Food and kindred products	1.30	1.48	1.38	1.32	1.45	1.34	1.18
18 Toiletries, cosmetics and drugs	0.21	0.22	0.28	0.24	0.24	0.26	0.23
19 Photographic equipment and supplies	0.18	0.16	0.20	0.18	0.19	0.24	0.22
20 Piece goods	0.13	0.15	0.18	0.15	0.14	0.15	0.13
21 Linens and domestics	0.25	0.15	0.19	0.19	0.18	0.24	0.24
22 Smallwares and notions	0.22	0.20	0.22	0.19	0.16	0.16	0.16
23 China and glassware	0.08	0.10	0.12	0.10	0.13	0.10	0.11
24 Floor coverings	0.18	0.20	0.27	0.24	0.23	0.24	0.27
25 Draperies, curtains and furniture coverings	0.16	0.17	0.22	0.22	0.24	0.26	0.25
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.15	0.13	0.17	0.14	0.13	0.12	0.14
27 Furniture	0.19	0.17	0.24	0.19	0.23	0.25	0.34
28 Major appliances	0.57	0.49	0.60	0.50	0.61	1.01	1.24
29 Television, radio and music	0.24	0.21	0.27	0.19	0.19	0.20	0.23
30 Housewares and small electrical appliances	0.16	0.18	0.17	0.17	0.17	0.20	0.18
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	0.15	0.15	0.17	0.19	0.26	0.23	0.19
32 Plumbing, heating and building materials	0.16	0.21	0.23	0.27	0.30	0.42	0.36
33 Jewellery	0.08	0.10	0.13	0.13	0.14	0.15	0.13
34 Toys and games	0.12	0.13	0.17	0.16	0.15	0.17	0.17
35 Sporting goods and luggage	0.16	0.13	0.17	0.17	0.19	0.24	0.21
36 Stationery, books and magazines	0.22	0.22	0.29	0.22	0.19	0.20	0.17
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.22	0.22	0.30	0.31	0.35	0.40	0.35
38 Meals and lunches	15.77	13.74	15.43	13.42	14.87	16.81	15.38
39 Repairs and services	1.45	1.79	2.21	1.99	2.15	2.38	1.99
40 All other departments	0.35	0.38	0.44	0.41	0.46	0.55	0.47
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.22	0.22	0.27	0.25	0.26	0.30	0.27

TABLEAU 27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1982						Rayon	No
August Août	August Août	September Septembre	October Octobre	November Novembre	December Décembre		
0.34	0.32	0.38	0.31	0.35	0.52	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
0.31	0.31	0.28	0.34	0.42	0.48	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.34	0.36	0.49	0.36	0.38	0.55	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
0.10	0.10	0.15	0.20	0.27	0.32	Fourrures	4
0.28	0.33	0.35	0.32	0.35	0.52	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
0.47	0.44	0.37	0.29	0.38	0.62	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.33	0.28	0.36	0.32	0.40	0.86	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.31	0.31	0.38	0.30	0.32	0.45	Sous-vêtements	8
0.49	0.68	0.87	0.85	1.00	1.24	Chapeaux	9
0.21	0.27	0.44	0.40	0.41	0.59	Bas pour dames et fillettes	10
0.26	0.25	0.36	0.31	0.39	0.72	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
0.24	0.21	0.28	0.25	0.30	0.33	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
0.18	0.17	0.22	0.21	0.28	0.39	Vêtements pour hommes	13
0.24	0.22	0.26	0.22	0.31	0.74	Articles d'habillement pour hommes	14
0.39	0.41	0.31	0.26	0.32	0.63	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.19	0.17	0.24	0.21	0.27	0.33	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.41	1.82	1.61	1.58	1.65	2.04	Produits alimentaires et connexes	17
0.24	0.25	0.28	0.27	0.28	0.58	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
0.23	0.24	0.24	0.21	0.24	0.59	Appareils et fournitures photographiques	19
0.15	0.15	0.21	0.21	0.20	0.17	Tissus à la pièce	20
0.23	0.26	0.33	0.28	0.26	0.37	Literie et linge de maison	21
0.17	0.18	0.29	0.27	0.30	0.31	Menus articles	22
0.10	0.10	0.14	0.12	0.17	0.34	Porcelaine et verrerie	23
0.28	0.18	0.21	0.26	0.27	0.22	Revêtements de plancher	24
0.24	0.21	0.23	0.24	0.26	0.28	Tentures, rideaux et housses	25
0.13	0.14	0.17	0.16	0.22	0.41	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.30	0.19	0.22	0.22	0.21	0.21	Meubles	27
0.92	0.53	0.66	0.72	0.74	0.71	Gros appareils ménagers	28
0.24	0.24	0.36	0.29	0.34	0.52	Télévision, radio et musique	29
0.17	0.22	0.24	0.25	0.26	0.48	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
0.17	0.17	0.18	0.21	0.19	0.28	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.29	0.26	0.28	0.29	0.28	0.28	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
0.14	0.14	0.19	0.15	0.20	0.49	Bijouterie	33
0.15	0.14	0.12	0.16	0.34	0.91	Jouets et jeux	34
0.17	0.19	0.20	0.15	0.18	0.39	Articles de sport et valises	35
0.22	0.28	0.29	0.23	0.30	0.70	Papeterie, livres et revues	36
0.32	0.33	0.30	0.37	0.41	0.39	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
17.72	29.56	26.63	23.92	27.95	34.05	Repas et casse-croûtes	38
2.04	1.45	1.56	1.82	2.27	2.59	Services et travaux de réparation	39
0.43	0.40	0.42	0.40	0.37	0.72	Tous autres rayons	40
0.27	0.26	0.30	0.28	0.32	0.51	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

TABLE 28. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Unadjusted, Canada, 1981-1983

TABLERAU 28. Montants à recevoir(1), non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983

Month	1981	1982	1983	Change from previous month	Change 1983/1981
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1983/1981
	thousands of dollars			per cent	
	milliers de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,554,350	1,624,889	1,668,020	- 5.0	+ 2.7
February - Février	1,488,706	1,554,529	1,599,438	- 4.1	+ 2.9
March - Mars	1,476,287	1,537,740	1,566,508	- 2.1	+ 1.9
April - Avril	1,483,717	1,536,243	1,583,987	+ 1.1	+ 3.1
May - Mai	1,493,281	1,527,443	1,601,258	+ 1.1	+ 4.8
June - Juin	1,501,535	1,505,203	1,585,200	- 1.0	+ 5.3
July - Juillet	1,523,351	1,477,266	1,553,254	- 2.0	+ 5.1
August - Août	1,512,048	1,476,402	1,541,395	- 0.1	+ 4.4
September - Septembre	1,537,138	1,536,070			
October - Octobre	1,550,904	1,554,259			
November - Novembre	1,622,633	1,613,782			
December - Décembre	1,788,145	1,755,331			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 29. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983

TABLERAU 29. Montants à recevoir(1), désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983

Month	1981	1982	1983	Change from previous month	Change 1983/1981
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1983/1981
	millions of dollars			per cent	
	millions de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,470.0	1,538.5	1,576.1	+ 2.5	+ 2.4
February - Février	1,480.0	1,551.8	1,576.4	--	+ 1.0
March - Mars	1,499.0	1,563.8	1,593.1	+ 1.1	+ 1.0
April - Avril	1,515.0	1,566.1	1,614.5	+ 1.3	+ 3.0
May - Mai	1,537.0	1,567.6	1,635.0	+ 1.3	+ 4.0
June - Juin	1,563.0	1,563.0	1,639.0	+ 0.2	+ 4.0
July - Juillet	1,615.0	1,560.6	1,633.3	- 0.3	+ 4.0
August - Août	1,595.0	1,554.2	1,623.2	- 0.6	+ 4.0
September - Septembre	1,581.0	1,569.9			
October - Octobre	1,565.0	1,566.3			
November - Novembre	1,570.0	1,563.8			
December - Décembre	1,563.0	1,537.8			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

Department Store Sales and
Stocks, MCD, Seasonal
and Trading Day Factors

Ventes et stocks des grands
magasins MDC et coefficients de
corrections des variations
saisonnières et des jours
commerciaux

TABLE 30. Department Store Sales and Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1983

No.	Department	Sales - Combined Seasonal and Trading Day Factors			
		Ventes - Coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux			
		MCD in July	July ^r	August ^P	Septembre
		MDC en juillet	Juillet ^r	Août ^P	Septembr
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5	94.57	94.16	104.14
2	Women's and misses' coats and suits	8	43.79	116.59	123.94
3	Women's and misses' sportswear	4	87.23	97.87	128.28
4	Furs	12	51.26	82.90	95.92
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	5	86.76	109.24	109.90
6	Girls' and teenage girls' wear	4	75.89	143.06	117.01
7	Lingerie and women's sleepwear	3	85.42	74.96	95.86
8	Intimate apparel	4	95.05	99.92	107.31
9	Millinery	9	57.40	62.47	95.21
10	Women's and girls' hosiery	3	66.09	82.34	121.25
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4	64.81	77.15	109.62
12	Women's, misses' and children's footwear	5	74.92	99.36	128.00
13	Men's clothing	4	69.44	85.35	112.07
14	Men's furnishings	5	75.04	76.36	98.05
15	Boys' clothing and furnishings	5	73.31	147.79	104.98
16	Men's and boys' footwear	6	79.16	93.46	117.15
17	Food and kindred products	4	85.51	101.86	90.12
18	Toiletries, cosmetics and drugs	2	84.51	88.36	89.29
19	Photographic equipment and supplies	4	97.82	101.02	93.57
20	Piece goods	6	76.28	96.97	120.74
21	Linens and domestics	3	102.56	99.69	110.70
22	Smallwares and notions	4	80.10	89.40	122.32
23	China and glassware	5	78.72	77.81	97.26
24	Floor coverings	5	100.73	94.95	102.51
25	Draperies, curtains and furniture coverings	3	107.48	97.12	100.60
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	85.21	86.12	95.28
27	Furniture	4	115.79	97.88	103.40
28	Major appliances	5	121.44	98.11	111.07
29	Television, radio and music	5	82.91	89.69	111.88
30	Housewares and small electrical appliances	3	89.98	89.70	92.07
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	3	98.47	90.90	93.20
32	Plumbing, heating and building materials	6	115.54	98.88	100.86
33	Jewellery	3	72.95	78.24	99.95
34	Toys and games	4	63.92	60.96	60.36
35	Sporting goods and luggage	3	110.39	87.59	85.18
36	Stationery, books and magazines	3	74.70	109.41	107.21
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5	95.88	95.11	90.21
38	Meals and lunches	3	93.59	99.79	97.91
39	Repairs and services	6	85.57	87.66	96.81
40	All other departments	5	92.86	90.74	88.21
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3	87.60	93.78	102.51

TABLEAU 30. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1983

Stocks - Seasonal Factors					
Stocks - Coefficients des variations saisonnières					
MCD in July	July ^r	August ^P	September	Rayon	No
MDC en juillet	Juillet ^r	Août ^P	Septembre		
3	93.62	87.64	87.81	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
4	126.37	128.78	137.03	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
3	99.72	97.89	91.81	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
5	90.17	100.79	113.94	Fourrures	4
4	120.64	103.14	95.47	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
4	123.30	109.50	100.18	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
4	92.46	96.85	93.92	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
4	98.62	98.00	83.24	Sous-vêtements	8
6	74.87	82.65	82.97	Chapeaux	9
4	103.52	110.52	92.29	Bas pour dames et fillettes	10
3	93.77	95.26	92.81	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
3	101.25	101.85	91.67	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
4	95.69	115.17	99.44	Vêtements pour hommes	13
3	99.19	101.80	101.04	Articles d'habillement pour hommes	14
4	130.54	94.76	97.28	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
	102.99	101.47	89.83	Chaussures pour hommes et garçons	16
	Produits alimentaires et connexes	17
	99.77	90.17	86.39	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
	99.50	98.67	89.72	Appareils et fournitures photographiques	19
	106.15	101.16	88.61	Issus à la pièce	20
	98.15	91.15	82.50	Literie et linge de maison	21
	111.77	101.85	91.59	Menus articles	22
	99.43	98.41	93.00	Porcelaine et verrerie	23
	103.87	103.23	89.43	Revêtements de plancher	24
	100.24	95.37	88.01	Tentures, rideaux et housses	25
	102.67	103.72	94.46	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
	98.20	94.23	85.04	Meubles	27
	96.11	93.45	85.04	Gros appareils ménagers	28
	96.97	93.51	86.45	Télévision, radio et musique	29
	99.51	96.02	91.42	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
	105.68	108.64	91.20	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
	96.11	95.01	86.94	Bijouterie	33
	88.50	107.48	125.35	Jouets et jeux	34
	99.04	92.55	94.07	Articles de sport et valises	35
	112.06	105.59	96.51	Papeterie, livres et revues	36
	97.74	99.45	95.61	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
	Repas et casse-croûtes	38
	103.77	106.14	103.10	Services et travaux de réparation	39
	101.36	95.87	92.64	Tous autres rayons	40
	101.56	99.20	91.95	TOTAL, TOUS RAYONS	41

LIST OF DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - LISTE DES ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS

MAJOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS TRADITIONNELS

Ayre's Ltd., Water St., St. John's, Newfoundland
Bowring Bros. Ltd., 281 Water St., St. John's, Newfoundland
Caplan, C., Ltd., 135 Rideau St., Ottawa, Ontario
Eaton, T., Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario
Goudies Ltd., 22 King St. W., Kitchener, Ontario
Holman, R.T., Ltd., Water St., Summerside, Prince Edward Island
Hougens Ltd., 305 Main St., Whitehorse, Yukon
Hubert, Magasin J.O., Ltée, 163-165 rue Principale, Maniwaki, Québec
Hudson's Bay Co., 2 Bloor St. E., Toronto, Ontario
Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd., 4910-50th St., Lloydminster, Saskatchewan
Ogilvy, Charles, Ltd., 126 Rideau St., Ottawa, Ontario
Ogilvy's, James A., Ltd., Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec
Right House, The, Co. Ltd., 35-41 King St. E., Hamilton, Ontario (Closed February 1983 - Fermée février 1983)
Robinson, The G.W., Co. Ltd., 18 James St., Hamilton, Ontario
Simpsons Ltd., 401 Bay St., Toronto, Ontario
Simpson Sears Ltd., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario
Smith & Chapple Ltd., 24 Birch St., Chapleau, Ontario
Woodward Stores (Alta.) Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia
Woodward Stores (B.C.) Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

JUNIOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS POPULAIRES

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario
Sentry Dep't. Stores Ltd., 1650 Avenue Rd., Toronto, Ontario
Steinberg Inc., Miracle Mart Division, 5151 Thimens, St-Laurent, Québec
Towers Department Stores Ltd., 6509 Airport Rd., Mississauga, Ontario
Woolco Department Stores, c/o F.W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario
Zeller's Ltd., 5250 Decarie Blvd., Montréal, Québec

SELECTED PUBLICATIONS

Following are publications of the Merchandising and Services Division in the Retail Trade sector.

Catalogue

63-002 Department Store Sales and Stocks. M. Bil. 36 pp. First Issue, 1938. (ISSN 0380-7045).

Total sales and number of outlets, by province and selected metropolitan area, and sales and inventories by department, Canada.

63-004 Department Store Sales by Regions. Advance Release. M. Bil. 1 pp. First Issue, 1950. (ISSN 0709-8650).

Total sales and percentage changes of sales, by region.

63-005 Retail Trade. M. Bil. Approx. 65 pp. First Issue, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total retail sales by province and kind of business, for chain and independent stores; seasonally adjusted sales, Canada.

63-007 New Motor Vehicle Sales. M. Bil. Approx. 15 pp. First Issue, 1932. (ISSN 0705-5595).

Number and value of new passenger cars, trucks and buses sold by province and by origin (Canada and U.S. or imported). Monthly unit sales, by type and origin, seasonally adjusted.

63-014 Merchandising Inventories. M. Bil. 24 pp. First Issue, 1972. (ISSN 0380-7177).

Inventories and stocks/sales ratios, by type of trade for wholesale, by department for department stores, by kind of business for chain stores and independent stores: quarterly percentage changes for independent stores by kind of business.

63-210 Retail Chain and Department stores. A. Bil. Approx. 74 pp. First Issue, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total retail sales by chain and department stores including data on floor area, inventory and accounts receivable.

CHOIX DE PUBLICATIONS

Les publications suivantes se trouvent à la Section du commerce de détail, Division du commerce et des services.

Catalogue

63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M. Bil. 36 pages. Premier numéro, 1938. (ISSN 0380-7045).

Ventes totales et nombre de points de ventes par provinces et certaines régions métropolitaines, ventes et stocks par rayon, Canada.

63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M. Bil. 1 page. Premier numéro, 1950. (ISSN 0709-8650).

Variations en pourcentage et ventes par région.

63-005 Commerce de détail. M. Bil. Environ 65 pages. Premier numéro, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total des ventes au détail par province et genre de commerce, pour les magasins à succursales et les magasins indépendants; chiffres désaisonnalisés, Canada.

63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M. Bil. Environ 15 pages. Premier numéro, 1932. (ISSN 0705-5595).

Nombre et valeur des voitures particulières, des camions et des autobus neufs vendus par province et par lieu d'origine (Canada et É.-U. ou importés). Ventes unitaires mensuelles selon le type et l'origine, après désaisonnalisation.

63-014 Stocks commerciaux. M. Bil. 24 pages. Premier numéro, 1972. (ISSN 0380-7177).

Stocks et rapports stocks/ventes, par genre de commerce pour le commerce de gros, par rayon pour les grands magasins et par genre de commerce pour les magasins à succursales et magasins indépendants: variations trimestrielles en pourcentage pour les magasins indépendants suivant le genre de commerce.

63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A. Bil. Environ 74 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total des ventes au détail pour les magasins à succursales et les grands magasins, incluant des données sur la superficie total, des stocks, et comptes à recevoir.

Catalogue

- 63-213 Vending Machine Operators. A. Bil. 21 pp. First Issue, 1958. (ISSN 0527-6411).

Sales of merchandise through automatic vending machines, by type of machine and location, Canada and provinces.

- 63-218 Direct Selling Canada. A. Bil. 14 pp. First Issue, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Sales of various commodities by method of distribution; door-to-door, mail order, etc.

- 63-219 Campus Book Stores, A. Bil. Approx. 8 pp. First Issue, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Retail sales by commodities, employees and payroll, by regions, provinces and Canada, for academic years.

- 63-224 Market Research Handbook. A. Bil. 700 pp. First Issue, 1975. (ISSN 0590-9325).

The data covers such topics as general economic indicators, population characteristics, personal income and expenditure and household facilities.

- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O. Bil. 695 pp. (ISBN 0-660-506-13-0). The publication provides revised retail trade estimates for the years 1972 to 1979, both unadjusted and seasonally adjusted and also sections on definitions, concepts, classifications, methodology and data reliability.

Operating Results - Retail Trades. O. Bil. 29 pp. First Issue, 1974.

Reports in the Operating Results series contain ratios (percentages of net sales) for: purchases, inventories, cost of goods sold, gross profit, operating expense items and net profit.

Catalogue

- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A. Bil. 21 pages. Premier numéro, 1958. (ISSN 0527-6411).

Ventes de marchandise selon le genre de machine et l'emplacement, Canada et provinces.

- 63-218 La vente directe au Canada. A. Bil. 14 pages. Premier numéro, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Ventes de divers produits, par mode de distribution: démarchage, poste, etc.

- 63-219 Librairies de campus. A. Bil. Environ 8 pages. Premier numéro, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Ventes au détail par article, ainsi que nombre d'employés et la paye, par région, par province et au Canada par année scolaire.

- 63-224 Manuel statistique pour études de marché. A. Bil. 700 pages. Premier numéro, 1975. (ISSN 0590-9325).

Les données portent sur des sujets tels que les indicateurs économiques généraux, les caractéristiques de la population, le revenu et les dépenses des particuliers et l'équipement ménager.

- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S. Bil. 695 pages (ISBN 0-660-506-13-0). Cette publication contient des données brutes et désaisonnalisées, révisées de 1972 à 1979, des sections sur les définitions, les concepts, le classement, la méthodologie ainsi que des renseignements sur la fiabilité des données.

Résultats d'exploitation - Commerce de détail. H.S. Bil. 29 pages. Premier numéro, 1974.

Les bulletins de la série des Résultats d'exploitation contiennent des ratios (pourcentages des ventes nettes) pour les achats, les stocks, le coût des biens vendus, les bénéfices bruts, les dépenses d'exploitation et les bénéfices nets.

Catalogue

The following reports on Operating Results are available.

- 63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1979
- 63-604 Independent Women's Retail Clothing Stores, 1975
- 63-605 Independent Retail Hardware Stores, 1976
- 63-606 Retail Shoe Stores, 1977
- 63-607 Retail Drug Stores, 1978
- 63-608 Retail Florists, 1979
- 63-609 Independent Retail Jewellery Stores, 1978
- 63-610 Retail Hardware Stores, 1980
- 63-611 Women's Retail Clothing Stores, 1980
- 63-612 Retail Family Clothing Stores, 1980

. - Monthly A.- Annual Bil.- Bilingual
.- Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available free on request from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue

Les publications suivantes sur les résultats d'exploitation sont maintenant disponibles.

- 63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1979
- 63-604 Magasins indépendants de vente au détail de vêtements pour dames, 1975
- 63-605 Magasins indépendants de vente au détail de quincaillerie, 1976
- 63-606 Magasins de vente au détail de chaussures, 1977
- 63-607 Pharmacies au détail, 1978
- 63-608 Magasins de fleuristes, vente au détail, 1979
- 63-609 Magasins indépendants de vente au détail de bijouterie, 1978
- 63-610 Magasins de vente au détail de quincaillerie, 1980
- 63-611 Magasins de vente au détail de vêtements pour dames, 1980
- 63-612 Magasins de vente au détail de vêtements pour la famille, 1980

M. - Mensuel A.- Annuel Bil.- Bilingue
H.S. - Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et social du Canada. On peut se procurer gratuitement un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Department store sales and stocks

September 1983

Ventes et stocks des grands magasins

Septembre 1983



Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Merchandising and Services Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V4 (Telephone: 996-9304) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (992-4734)	Edmonton (420-3027)
Toronto (966-6586)	Vancouver (666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	Zénith 0-7037
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
British Columbia (South and Central)	112-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by NorthwTel Inc.)	Zénith 0-8913
Northwest Territories (area served by NorthwTel Inc.)	Zénith 2-2015

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales and Services, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V7.

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division du commerce et des services,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V4 (téléphone: 996-9304) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (992-4734)	Edmonton (420-3027)
Toronto (966-6586)	Vancouver (666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, de toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	Zénith 0-7037
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
Colombie-Britannique (sud et centrale)	112-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la NorthwTel Inc.)	Zénith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la NorthwTel Inc.)	Zénith 2-2015

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section ventes et de la distribution des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V7.

Statistics Canada
Merchandising and Services Division
Retail Trade Section

Department store sales and stocks

September 1983

Statistique Canada
Division du commerce et des services
Section du commerce de détail

Ventes et stocks des grands magasins

Septembre 1983

Published under the authority of
the Minister of Supply and
Services Canada

Statistics Canada should be credited when
reproducing or quoting any part of this document

© Minister of Supply
and Services Canada 1983

December 1983
5-3406-503

Price: Canada, \$3.15, \$31.50 a year
Other Countries, \$3.80, \$37.80 a year

Catalogue 63-002, Vol. 48, No. 9

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par
le ministre des Approvisionnements et
Services Canada

Reproduction ou citation autorisée sous réserve
d'indication de la source: Statistique Canada

© Ministre des Approvisionnements
et Services Canada 1983

Décembre 1983
5-3406-503

Prix: Canada, \$3.15, \$31.50 par année
Autres pays, \$3.80, \$37.80 par année

Catalogue 63-002, vol. 48, n° 9

ISSN 0380-7045

Ottawa

SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or, in this publication less than half unit expressed.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the CANSIM staff, Current Economic Analysis Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-995-7406), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

SIGNES CONVENTIONNELS

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou, dans la présente publication, inférieur à la moitié de l'unité exprimée.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrice n° 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais du terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel CANSIM, Division de l'analyse de conjoncture, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-995-7406), ou aux conseillers régionaux aux bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

TABLE OF CONTENTS

	Page
Introduction	vii
Definitions	viii
Methodology	ix
Data Reliability	x
Non-sampling Errors	x
Non-sampling Error Measures	xi
Seasonal Adjustment	xiii
Constant Dollar Estimates	xiv
Data Confidentiality	xvi
Explanatory Notes	xvi
Charts	
1. Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983	xviii
2. Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983	xviii
3. Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1981-1983	xix
4. Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1981-1983	xx
5. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1981-1983	xx
6. Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization	xxi
Highlights	xxiii
Table	
1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983	2

TABLE DES MATIÈRES

	Page
Introduction	vii
Définitions	viii
Méthodologie	ix
Fiabilité des données	x
Erreurs non liées à l'échantillonnage	x
Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage	xi
Désaisonnalisation	xiii
Estimations en dollars constants	xiv
Confidentialité des données	xvi
Notes explicatives	xvi
Graphiques	
1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1981-1983	xviii
2. Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1981-1983	xviii
3. Ventes des grands magasins et commerce de détail Total, par mois, Canada, 1981-1983	xix
4. Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1981-1983	xx
5. Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983	xx
6. Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisation	xxi
Points saillants	xxiii
Tableau	
1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	2

TABLE OF CONTENTS - Continued

TABLES DES MATIÈRES - suite

	Page
Table	
2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983	4
3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983	6
4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	6
5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983	8
6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	8
7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983	10
8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	10
9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983	12
10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	12
11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983	14
12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	14
13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983	16
14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	16
15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983	18
16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983	19

Tableau

2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1982 et 1983
3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1982 et 1983
4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983
5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983
6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983
7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983
8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983
9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1982 et 1983
10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983
11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983
12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983
13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983
14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983
15. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983
16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1982 et 1983

TABLE OF CONTENTS - Concluded

Table	Page
17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	19
18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983	20
19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	20
20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983	21
21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	21
22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1981-1983	22
23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981-1983	23
24. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, 1982 and 1983	24
25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983	26
26. Department Store Monthly Stock-Sales Ratios, by Department, Canada, 1982 and 1983	28
27. Department Store Monthly Sales-Stock Ratios, by Department, 1982 and 1983	30
28. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted, Canada, 1981-1983	32
29. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983	32
30. Department Store Sales and Stocks MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1983	34
List of Department Store Organizations	36
Selected Publications	37

TABLES DES MATIÈRES - fin

Tableau	Page
17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	19
18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983	20
19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	20
20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983	21
21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	21
22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1981-1983	22
23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1981-1983	23
24. Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	24
25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1982 et 1983	26
26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	28
27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	30
28. Montants à recevoir, non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983	32
29. Montants à recevoir, désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983	32
30. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1983	34
Liste des organisations de grands magasins	36
Choix de publications	37

INTRODUCTION

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services. A "List of Department Store Organizations" can be found at the end of this publication.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Merchandising and Services Division, to be utilized. (The census also measures the activities of "establishments", however, this concept is not used in the monthly survey of department stores.) Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. For example, non-department store locations are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure with the catalogue sales activity of department store organizations classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its leased departments, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the marketplace as **one** structure, rather than as a number of smaller stores.

INTRODUCTION

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971. La "Liste des organisations de grands magasins" est donnée à la fin de cette publication.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division du commerce et des services. (Le recensement mesure également les activités des "établissements", toutefois cette unité d'observation n'est pas utilisée dans l'enquête mensuelle sur les grands magasins.) En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les firmes déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les rayons de concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement **unique** et non comme un regroupement de petits magasins.

Definitions

Retail Location

A retail location, as defined by Statistics Canada, is a business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public for household or personal consumption.

Department Store

A retail location is defined as a department store outlet if it possesses the following characteristics. It must sell the following general lines of merchandise:

Family clothing and apparel. This commodity group is composed of some or all of the following lines: women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms; women's and misses' coats and suits; women's and misses' sportswear; furs; infants' and children's wear; girls' and teenage wear; lingerie and women's sleepwear; intimate apparel; millinery; women's and girls' hosiery; women's and girls' gloves, mitts and accessories; women's, misses' and children's footwear; men's clothing; men's furnishings; boys' clothing and furnishings; men's and boys' footwear. **Note:** The outlet must sell at least **six** of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being men's and boys' clothing or furnishings. At least 20% of the outlet's total sales must be derived from the family clothing and apparel group.

Furniture, appliance and home furnishings. This commodity group is composed of some or all of the following lines: linens and domestics; china and glassware; home furnishings; furniture, wooden and upholstered goods for living room, dining room and bedroom; major appliances; television, radio and music; hardware and housewares. **Note:** The outlet must sell at least **four** of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being furniture (wooden and upholstered goods for dining room and/or living room and/or bedroom). At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the furniture, appliance and home furnishings group.

All other (miscellaneous). This category includes all commodities sold by the outlet but not shown above, **such as:** toiletries, cosmetics and drugs; photographic equipment and supplies; piece goods; notions and smallwares; jewellery; sporting goods and luggage; stationery, books and magazines; and food. **Note:** The outlet must sell at

Définitions

Point de vente au détail

Suivant la définition de Statistique Canada, un point de vente au détail est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et des services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle.

Grand magasin

Un point de vente au détail est un grand magasin s'il possède les caractéristiques suivantes:

Vêtements pour la famille. Ce groupe comprend les articles suivants: robes pour dames et jeunes filles, robes de ménage, tabliers et uniformes; manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles; vêtements de sport pour dames et jeunes filles; fourrures; vêtements de bébés et d'enfants; vêtements de fillettes et d'adolescentes; lingerie et vêtements de nuit pour dames; sous-vêtements; chapeaux; bas pour dames et fillettes; gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes; chaussures pour dames, jeunes filles et enfants; vêtements pour hommes; articles d'habillement pour hommes; vêtements et articles d'habillement pour garçons; chaussures pour hommes et garçons. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins **six** des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être les vêtements ou articles d'habillement pour hommes et garçons. Au moins 20% des ventes globales du magasin doivent se faire dans le groupe de vêtements pour la famille.

Meubles, appareils et articles d'ameublement ménager. Ce groupe comprend les articles suivants: literie et linge de maison; porcelaine et verrerie; articles d'ameublement ménager; meubles, de bois ou rembourrés, pour salle de séjour, salle à manger ou chambre à coucher; gros appareils, télévision, radio et musique; quincaillerie et articles de ménage. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins **quatre** des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être des meubles (de bois ou rembourrés pour salle à manger et (ou) salle de séjour et (ou) chambre à coucher). Au moins 10 % des ventes globales du magasin doivent provenir du groupe des meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.

Tous autres articles (divers). Cette catégorie comprend toutes les marchandises que tient le magasin, mais qui ne figurent pas ci-dessus **telles que:** articles de toilette, cosmétiques et médicaments; appareils et fournitures photographiques; tissus à la pièce; mercerie et menus articles; bijouterie; articles de sport et valises; papeterie, livres et revues; et aliments

At least **three** different commodity lines with not one of these lines representing more than 50% of the **total** store sales. At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the all other or miscellaneous groups.

Total net sales and receipts are defined as the total sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, restaurant and other services, less returns, adjustments and discounts. Trade-in allowances are not deducted. Commissions earned from the sales of goods owned by others and proprietors' withdrawals of goods (at retail) for personal use are included. Non-trading revenues, bad debts recovered and direct sales taxes are excluded.

Stocks are defined as the selling value of inventory on hand at the end of the month or as at the end of the fiscal period falling nearest the end of the calendar month.

Accounts receivable are defined as customers' accounts and notes receivable as at the end of the month, as well as all new credit granted during the month, less payments received. Accounts discounted with banks, paper sold to sales finance companies, or amounts owing on account of credit-card plans, are excluded. Accounts receivable used as security for bank loans are not considered as discounted if still payable and are therefore included.

Junior Department Stores are defined as retailing entities which sell the same wide range of goods (see department store definition) that are sold in the more traditional (major) department stores and are popularly described as discount operations.

Methodology

The **monthly sales values**, published at the Canada, provincial and metropolitan area levels, are based on the universe of department store organizations. A 100% response rate is aimed for each month with the publication usually delayed if large department store organizations have not responded in time. The monthly sales figures are estimated when necessary, due only to late response, by applying an imputation method which is unique to each organization.

The **monthly sales values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdown of sales. The percentage

Nota: Le magasin doit tenir au moins **trois** des séries mentionnées ci-dessus, dont aucune ne doit représenter plus de 50% des ventes **globales** du magasin. Au moins 10% des ventes globales du magasin doivent provenir des groupes tous autres articles ou divers.

Les **ventes et recettes nettes totales** sont définies comme le total des ventes de marchandises neuves et usagées et des recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres services, moins les rendus, les rajustements et les remises. La valeur des reprises n'est pas déduite. Les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel sont comptées. Les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente directes sont exclus.

Les **stocks** englobent la valeur marchande des stocks détenus à la fin du mois ou de la période financière la plus rapprochée.

Par **comptes à recevoir** on entend les comptes et billets à recevoir des clients à la fin du mois, ainsi que de tout nouveau crédit consenti au cours du mois, moins les paiements reçus. Les comptes escomptés à la banque, les titres vendus à des sociétés de financement des ventes et les montants dus en vertu d'un régime de cartes de crédit ne sont pas comptés. Les comptes à recevoir servant à garantir un emprunt bancaire ne sont pas considérés comme étant escomptés s'ils sont encore payables; ils sont donc inclus.

Les **grands magasins populaires** sont définis comme étant des points de ventes au détail qui offre la même vaste gamme d'articles (voir la définition d'un grand magasin) que les grands magasins traditionnels et qui sont généralement considérés comme des magasins à prix réduits.

Méthodologie

Le **chiffre des ventes mensuelles**, publié pour le Canada, les provinces et les régions métropolitaines, est établi en fonction de l'univers des sociétés de grands magasins. Puisque l'on vise chaque mois un taux de réponse de 100%, la publication est habituellement retardée si une grande firme n'a pas fait parvenir sa déclaration dans les délais prévus. Dans le cas d'une réponse tardive, il est possible de calculer un chiffre estimatif des ventes mensuelles grâce à une méthode d'imputation qui est unique à chaque firme.

Le **chiffre des ventes mensuelles par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes. La répartition en pourcentage des ventes

distributions of sales by department, calculated from the reporting organizations, are applied to the monthly Canada sales total in order to provide an estimate of sales by department at the Canada level.

The monthly stock values by department, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdowns of sales and stocks. A stock-to-sales ratio for each department, calculated from the reporting organizations, is applied to the corresponding department's monthly sales estimate in order to provide an estimate of stocks by department at the Canada level.

The monthly accounts receivable values, published at the Canada level, are based on a panel of department store organizations which are known to have accounts receivable. Data for late respondents are estimated by applying the monthly percentage change in accounts receivable, calculated from the reporting organizations, to the previous month's data of each organization that was late in reporting.

Data Reliability

Non-sampling Errors

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the organizations listed at the end of this publication. The survey can be considered as a complete census of the population under consideration and therefore not subject to sampling errors; however, even under a census situation, with a complete enumeration each month of all known department store locations, errors in published data can occur. These errors, called non-sampling errors, are present whether a sample or a complete census of the population is taken and can be attributed to one or more of the following sources:

Coverage error. This error can result from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

Data response error. This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses under different modes of communication.

par rayon obtenues auprès des firmes déclarantes est appliquée au chiffre mensuel des ventes totales pour le pays afin d'établir une estimation des ventes par rayon pour l'ensemble du Canada.

Le chiffre des stocks mensuels par rayon publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes et des stocks. Pour chaque rayon, le rapport des ventes aux stocks (calculé à partir des déclarations des firmes) est appliqué à l'estimation des ventes mensuelles afin de produire une estimation des stocks pour le Canada.

Le chiffre des comptes à recevoir mensuel pour l'ensemble du pays provient des sociétés de grands magasins qui ont de tels comptes. Les données relatives aux enquêtes retardataires sont estimées comme suit: on calcule d'abord la variation en pourcentage des comptes à recevoir des firmes déclarantes, puis on la fait porter sur les chiffres du mois précédent de la firme retardataire.

Fiabilité des données

Erreurs non liées à l'échantillonnage

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins énumérées à la fin de cette publication. Étant donné qu'elle peut être considérée comme un recensement exhaustif de la population observée, elle ne risque pas de comporter des erreurs d'échantillonnage. Par contre, même les données publiées d'un recensement qui dénombre intégralement à chaque mois l'ensemble des points de vente connus des grands magasins peuvent être entachées d'erreurs. Celles-ci, dites non liées à l'échantillonnage, se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

Le champ couvert par l'enquête. L'erreur résulte d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

La réponse. Ici, l'erreur peut être attribuable à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou à des variations, d'un interviewer à l'autre dans le mode de communication retenu, lorsqu'il s'agit d'expliquer des questions et l'interpréter des réponses.

non-response error. Some respondents may refuse to answer questions, some are unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally increases with increases in the non-response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

processing error. These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc.

Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control so that their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates in this publication all attempts have been made to minimize the non-sampling errors: department store locations have been defined in a most precise manner; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations; detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; and every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response burden.

Non-sampling Error Measures

One source of non-sampling error is the non-response error. Text Table I assists users in evaluating this error. Two response measures are derived, namely, the **response rate**, which is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication and the **response fraction**, which is a measure of the response rate, and is the proportion of published data which is based upon actual reported data.

The units used in the Department Store Sales and Stocks Survey for derivation of response rate is based on (1) the survey units - the 10 provinces, the two territories and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations and (2) the organizational unit - the department store firm (company) themselves. For example, a department store firm reporting for 20 stores in Ontario would be considered as one survey

La non-réponse. Certains enquêtés refusent de répondre, tandis que d'autres en sont incapables et encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur les non-répondants, lorsque celles-ci existent. On ne connaît généralement pas l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure qu'augmente le taux de non-réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

Le traitement. L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération et la totalisation.

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. En outre, il faut les cerner de sorte qu'elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. En ce qui concerne les estimations du présent bulletin, tout a été mis en oeuvre afin de minimiser ce genre d'erreurs. Ainsi, les points de vente des grands magasins ont été définis avec beaucoup de précision; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum le nombre d'interprétations éventuelles; les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; enfin, on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage

Parmi les erreurs non liées à l'échantillonnage, on retrouve l'erreur de non-réponse. Le tableau explicatif I donne deux mesures de la réponse qui aideront l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. Le **taux de réponse** représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication. La **fraction de réponse**, par contre, est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés.

Les unités utilisées pour calculer le taux de réponse de l'enquête sur les ventes et les stocks des grands magasins est fondée sur (1) les unités d'enquête - soit les 10 provinces, les deux territoires et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente et (2) les unités organisationnelles - les sociétés des grands magasins elles-mêmes. Par exemple, une société de grands magasins qui produit une déclaration pour 20 magasins en Ontario est considérée comme une unité d'en-

unit and one organizational unit while a firm reporting for five stores in Vancouver, 10 in British Columbia (excluding Vancouver) and two in Yukon would be considered as three survey units but only one organizational unit.

The data variables under consideration for derivation of the **response fraction** are sales, stocks and accounts receivable.

Text Table I gives the reliability of the survey data with respect to the non-response error. The response rate is given as the percentage of survey units and the corresponding organizational units which have responded in time for inclusion in this publication. The response fraction is given as the percentage of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores. For example, a cell of 20 organizational units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25% in terms of these units. If the five units represented \$8 million out of a published estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%. In cases such as these, the response rate alone would tend to underestimate the reliability of the estimate and both measures should be considered.

quête et une unité organisationnelle alors qu'une firme dont la déclaration porte sur cinq magasins à Vancouver, 10 en Colombie-Britannique (sauf Vancouver) et deux au Yukon représente trois unités d'enquête mais seulement une unité organisationnelle.

Les variables dont il faut tenir compte pour calculer la **fraction de réponse** sont les ventes, les stocks et les comptes à recevoir.

Le tableau explicatif I donne la fiabilité des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse. Le taux de réponse représente le pourcentage des unités d'enquête et des unités organisationnelles correspondantes qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans le présent bulletin. Par contre, la fraction de réponse constitue le pourcentage des données publiées qui sont fondées sur des renseignements effectivement déclarés par les grands magasins. Par exemple, le taux de réponse d'une cellule comportant 20 unités organisationnelles dont cinq répondent lors d'un mois donné atteindrait 25%. Cependant, si les cinq unités représentent \$8 millions sur l'estimation publiée de \$10 millions, la fraction de réponse s'élèverait à 80%. Comme le taux de réponse aurait, à lui seul, tendance à déprécier la fiabilité de l'estimation dans un tel cas, il faudrait tenir compte des deux unités de mesure.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1983
September

TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1983
Septembre

	Response rate		Response fraction
	Taux de réponse		Fraction de réponse
	Survey units	Organizational units	
	Unités d'enquête	Unités organisationnelles	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	100.0	100.0	100.0
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	58.3	88.4
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	41.7	65.2
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	100.0	100.0

Seasonal Adjustment

Time series contain the elements essential to the description, explanation and forecasting of the behaviour of an economic phenomenon: "They are statistical records of the evolution of economic processes through time."(1) In using time series to observe economic activity, economists and statisticians have identified four characteristic behavioural components: the long-term movement or trend, the cycle, the seasonal variations and the irregular (fluctuations). These movements are caused by various economic, natural or institutional factors. The seasonal variations occur periodically on a more or less regular basis over the course of the year as a result of seasonal changes in weather, statutory holidays and other events which occur at fairly regular intervals and thus have a major impact on the rate of economic activity.

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X-11-ARIMA seasonal adjustment method(2) to seasonally adjust its time series. This method minimizes the impact of seasonal variations on the series and essentially consists of adding one year of raw data onto the end of the original series before it is seasonally adjusted per se. The estimated data are derived from forecasts and backcasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

The X-11 part of the X-11-ARIMA program uses primarily the ratio-to-moving average method to smooth the modified series and obtain a preliminary estimate of the trend-cycle, to calculate the ratios of the original series (fitted) to the estimates of the trend-cycle and to estimate the seasonal factors from these ratios. The final seasonal factors are produced only after these operations have been repeated several times.(3) These procedures, used to determine the seasonal factors necessary to calculate the final seasonally adjusted data, are, since May 1983, executed every month instead of once a year. This permits

(1) "A Note on the Seasonal Adjustment of Economic Time Series," **Canada Statistical Review**, August 1974.

(2) For further information see the **X-11-ARIMA Seasonal Adjustment Method**, by Estella Bee Dagum, Statistics Canada, Catalogue 12-564E, Occasional.

(3) See next page.

Désaisonnalisation

Les séries temporelles ou chronologiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. "Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps"(1). L'observation par les économistes et les statisticiens de l'activité économique à l'aide des séries temporelles a donc permis de distinguer quatre composantes principales du comportement des séries temporelles: la tendance à long terme ou trend, le mouvement cyclique, les variations saisonnières et les fluctuations irrégulières ou accidentelles. Ces mouvements sont causés par différents facteurs, soit économiques, naturels ou institutionnels. Les variations saisonnières sont les fluctuations périodiques plus ou moins régulières qui se produisent au cours d'une année en raison du cycle météorologique normal, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles avec une certaine régularité pour influencer de façon significative le taux d'activité.

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et de produire une meilleure prédiction, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI(2) afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. Cette technique consiste essentiellement à ajouter une année de données brutes à chacune des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolations prospectives et retrospectives réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressifs à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

La partie X-11 du programme X-11-ARMMI fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série modifiée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, pour calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle et pour estimer les facteurs saisonniers à partir de ces dits rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises(3). Ces étapes déterminant les facteurs saisonniers nécessaires au calcul des données désaisonnalisées finales, sont depuis mai 1983, exécutées à chaque mois au lieu d'une seule fois par an. Il nous est donc possible de mettre

(1) La désaisonnalisation des séries temporelles économiques: quelques remarques; tiré à part de la **Revue statistique du Canada**, Août 1974.

(2) Pour plus ample information voir la **méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI**, par Estella Bee Dagum, **Statistique Canada**, no. 12-564F au catalogue, hors série.

(3) Voir page suivante.

us to update each month the reference series from which we derive the final estimations of the seasonal factors with the previous month's revised data. However, in order to obtain the preliminary seasonally adjusted value for the current month's sales, a projected seasonal factor is used (derived from previous month's data.)

While seasonal adjustment permits a better understanding of the underlying trend-cycle of a series, the seasonally-adjusted series still contains an irregular component. Slight month-to-month variations in the seasonally adjusted series may be simple irregular movements; to get a better idea of the underlying trend, then, users must examine several months of seasonally adjusted series.

To assist the user, the Months of Cyclical Dominance number, MCD, is provided.⁽³⁾ The MCD is the shortest monthly span for which a certain ratio becomes and remains less than one, that is, the ratio for which the absolute average percentage change of the trend-cycle of the seasonally adjusted series becomes greater than the absolute average percent change of the irregular component. The MCD can be interpreted as the number of months over which a change in the seasonally adjusted series must move in a given direction before one can be reasonably certain that the trend-cycle of that series also has moved in the given direction. Clearly small MCD's are desirable and indicative of a smooth series. Applying a moving average to the seasonally adjusted data of MCD length tends to smooth irregular movements which may obscure the underlying trend-cycle. The MCD moving average provides a method of reducing all types of series to approximately the same degree of smoothness whatever the size of the irregular component in the original series.

Constant Dollar Estimates

To obtain constant dollar estimates of total department store sales (Text Table II), estimates of sales by department group are deflated using department group implicit price indices supplied by the Industry Product Division of Statistics Canada. These deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars. The published price index is an implicit index calculated by dividing the total current dollar sales estimate by the total constant dollar sales estimate.

⁽³⁾ See Tables 30.

à jour mensuellement les séries de référence desquelles on dérive les estimations finales des facteurs saisonniers, en employant les données les plus récentes disponibles. Toutefois, afin d'obtenir la valeur préliminaire des ventes désaisonnalisées pour le mois courant, on utilise une prévision du facteur saisonnier fondée sur les données disponibles le mois précédent.

Bien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent n'être que de simples mouvements irréguliers; pour avoir une meilleure idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

À cette fin, on retient l'usage des mois de dominance cyclique, ou MDC.⁽³⁾ Il s'agit du plus petit nombre de mois pour lesquels un certain rapport devient et reste inférieur à l'unité; autrement dit, il s'agit de la période pendant laquelle le taux de variation moyen absolu de la tendance-cycle de la série désaisonnalisée est supérieur à celui de la composante irrégulière. Le MDC peut être considéré comme le nombre de mois que doit durer une variation de la série désaisonnalisée dans une direction donnée avant qu'on puisse être raisonnablement certain que la tendance-cycle de la série évolue dans la même direction. Ainsi, un MDC peu élevé est souhaitable puisqu'il indique la présence d'une série lisse. L'application d'une moyenne mobile aux données désaisonnalisées de période égale au MCD tend à lisser les mouvements irréguliers pouvant dissimuler la tendance-cycle fondamentale. La méthode de la moyenne mobile du MCD permet de réduire tous les genres de série à peu près au même niveau de lissage, quelle que soit la taille de la composante irrégulière dans la série initiale.

Estimations en dollars constants

Afin d'obtenir la valeur estimative de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants (tableau explicatif II), les estimations des ventes relatives aux principaux groupes de départements sont dégonflées au moyen d'indices implicites de prix appropriés fournis par la Division du produit industriel de Statistique Canada. Les estimations de ces groupes de rayons ainsi dégonflées sont par la suite totalisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants. L'indice des prix qui est publié est un indice implicite obtenu en divisant le chiffre estimatif des ventes totales en dollars courants par l'estimation correspondante en dollars constants.

⁽³⁾ Voir les tableaux 30.

TEXT TABLE II. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1981-1983

TABLEAU EXPLICATIF II. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1981-1983

Period	Price index	Current dollars unadjusted	Year/year per cent change	Constant 1971 dollars unadjusted	Year/year per cent change
Période	Indice des prix	Dollars courants non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1971 non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année
		'000	%	'000	%
1981:					
January - Janvier	185.2	643,821	+ 14.5	347,636	+ 4.0
February - Février	189.3	568,767	+ 9.1	300,458	- 0.7
March - Mars	190.0	688,718	+ 11.3	362,483	+ 2.0
April - Avril	192.1	793,595	+ 16.0	413,116	+ 6.4
May - Mai	193.5	822,881	+ 7.1	425,261	- 1.0
June - Juin	193.3	835,934	+ 20.8	432,454	+ 12.0
July - Juillet	193.2	757,743	+ 6.8	392,207	- 1.5
August - Août	195.2	786,492	+ 7.5	402,915	- 0.9
September - Septembre	195.7	848,390	+ 5.3	433,516	- 2.6
October - Octobre	198.1	892,549	+ 8.3	450,555	- 0.6
November - Novembre	199.0	1,036,498	+ 4.6	520,853	- 3.1
December - Décembre	198.1	1,542,685	+ 5.8	778,741	- 1.7
Year - Année	194.3	10,218,073	+ 9.1	5,260,195	+ 0.6
1982:					
January - Janvier	198.6	600,051	- 6.8	302,140	- 13.1
February - Février	204.8	578,049	+ 1.6	282,250	- 6.1
March - Mars	204.1	694,137	+ 0.8	340,097	- 6.2
April - Avril	206.4	788,971	- 0.6	382,253	- 7.5
May - Mai	208.5	813,933	- 1.1	390,376	- 8.2
June - Juin	207.4	790,853	- 5.4	381,318	- 11.8
July - Juillet	205.7	763,949	+ 0.8	371,390	- 5.3
August - Août	207.2	775,727	- 1.4	374,386	- 7.1
September - Septembre	205.2	861,179	+ 1.5	419,678	- 3.2
October - Octobre	208.1	859,187	- 3.7	412,872	- 8.4
November - Novembre	208.8	1,073,558	+ 3.6	514,156	- 1.3
December - Décembre	208.4	1,608,478	+ 4.3	771,822	- 0.9
Year - Année	206.5	10,208,072	- 0.1	4,942,738	- 6.0
1983:					
January - Janvier	206.6	623,426	+ 3.9	301,755	- 0.1
February - Février	213.2	604,104	+ 4.5	283,351	+ 0.4
March - Mars	211.9	787,578	+ 13.5	371,674	+ 9.3
April - Avril	215.4	775,268	- 1.7	359,920	- 5.8
May - Mai	215.8	840,268	+ 3.2	389,373	- 0.3
June - Juin	214.9	920,164	+ 16.4	428,182	+ 12.3
July - Juillet	212.9	813,792	+ 6.5	382,241	+ 2.9
August - Août	213.8	850,941	+ 9.7	398,008	+ 6.3
September - Septembre	211.1	922,067	+ 7.1	436,792	+ 4.1
October - Octobre					
November - Novembre					
December - Décembre					
Year - Année					

Data Confidentiality

Statistics Canada is prohibited by law from publishing any statistics which would divulge information relating to any identifiable business without the previous consent in writing of that business(4). The disclosure of data likely to reveal specific information on the activity of a particular company is therefore systematically and rigorously controlled and regulated to prevent the publication or disclosure of any information deemed confidential. The rules regarding the confidentiality of parts of the results of merchandising surveys are therefore applied in such a way that no data are shown for cells (or statistical units) composed of fewer than three companies or of three or more if these are dominated by one or two companies. Then, in the publication itself, the information is withheld on this designated cell by entering an "X" in the appropriate boxes.

Another way of preserving data confidentiality without having to enter an "X" is to combine (consolidate) the information from selected regions (or selected cells) for the same item. The data in question can then simply be aggregated and published in a less detailed, but still confidential, form. For example, in many cases the data for the Northwest Territories and the Yukon are included with the British Columbia data.

The rigorous application of these rules preserves the confidentiality of the information and ultimately has little effect on the dissemination of merchandising survey results.

Explanatory Notes

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios(5) are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

(4) See Section 16 of the Statistics Act (Chapter 15), entitled "Secrecy".

(5) See Table 26.

Confidentialité des données

La loi interdit à Statistique Canada de diffuser au grand public des données qui pourraient servir à identifier une entreprise ou certaines de ses caractéristiques, sans avoir obtenu au préalable l'autorisation écrite de cette dernière(4). Ainsi, le dévoilement de données susceptibles de révéler des renseignements précis sur l'activité d'une entreprise particulière est systématiquement contrôlé suivant des dispositions strictes de telle sorte qu'aucun renseignement jugé secret ne soit publié ou divulgué. L'application des règles sur le caractère secret d'une partie des résultats des enquêtes sur le commerce s'établit donc de manière à ce qu'aucune donnée ne soit révélée pour des cellules (ou unités statistiques) composées de moins de trois compagnies, ou encore de trois ou plus lorsque celles-ci sont dominées par une ou deux compagnies. Par la suite l'information concernant ces cellules est dissimulée en inscrivant un X aux différents postes visés dans la publication.

Une autre façon de préserver le caractère confidentiel de l'information sans pour autant avoir à mettre des "X", consiste à grouper (consolider) pour certaines régions (ou certaines cellules) l'information d'un même poste. Il suffit alors d'agréger les données visées et de les présenter sous une forme moins détaillée mais qui respecte la consigne de confidentialité. Par exemple dans bien des cas, les données relatives aux Territoires du Nord-Ouest et du Yukon sont incluses avec celles de la Colombie-Britannique.

Ainsi, par l'application rigoureuse de ces règles, le caractère privé de l'information est préservé et n'affecte que très marginalement en fin de compte la diffusion des résultats des enquêtes sur le commerce.

Notes explicatives

Les variations des ventes en pourcentage donnée dans la présente publication est fondée sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elle tient compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elle ne se limite pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient les ratios stocks-ventes(5) en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

(4) Voir l'article 16, intitulée Secret, du chapitre 15 de la Loi sur la statistique.

(5) Voir tableau 26.

The sales-stocks ratios(6) are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the January issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks are published yearly in the March issue of this publication. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The number of shopping days that this publication is based on varies from month to month. See Text Table III for the number of shopping days the current publication is based on.

See Table 27.

On obtient les ratios ventes-stocks(6) en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement.

La liste de référence des marchandises, qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de janvier.

Les chiffres révisés des ventes et des stocks des grands magasins sont publiés chaque année dans le numéro de mars du présent bulletin. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Le tableau explicatif III donne le nombre de jours pour la période la plus récente.

(6) Voir tableau 27.

TEXT TABLE III. Number of Shopping Days, by Month, 1982 and 1983

TABLEAU EXPLICATIF III. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1982 et 1983

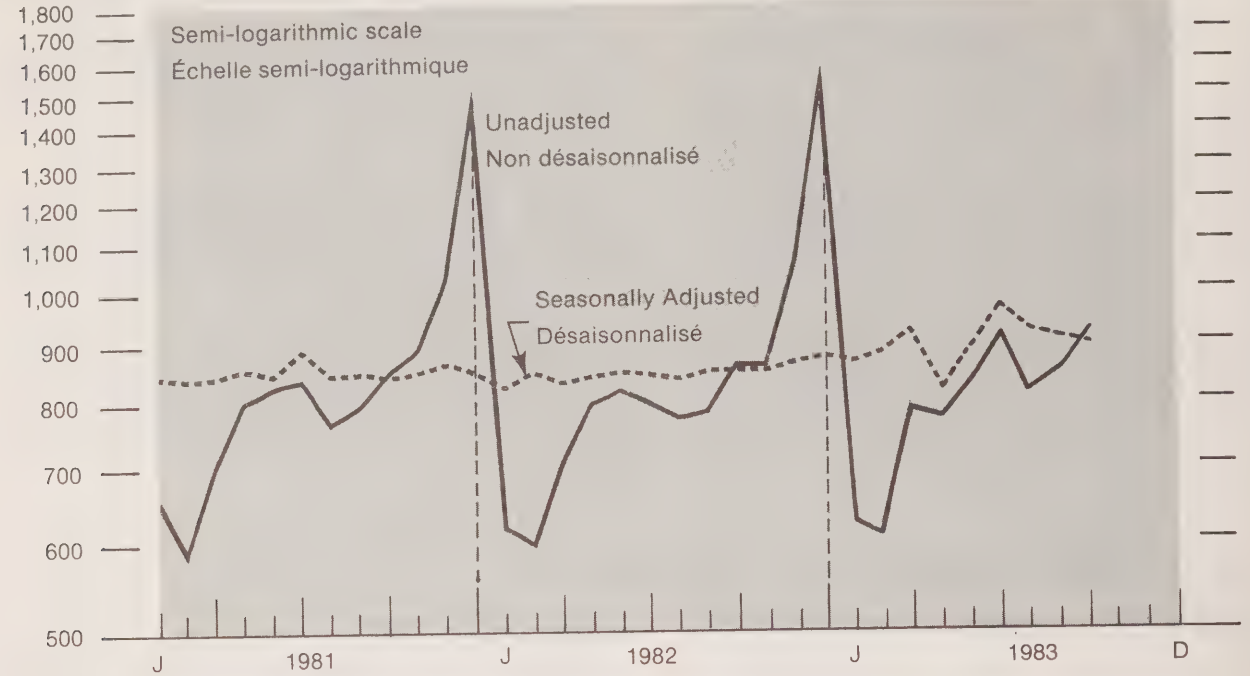
	1983		1982	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	25	4	25	5
February - Février	24	4	24	4
March - Mars	27	4	27	4
April - Avril	25	5	25	4
May - Mai	25	4	26	5
June - Juin	26	4	26	4
July - Juillet	25	5	26	5
August - Août	26	4	26	4
September - Septembre	25	4	25	4
October - Octobre	25	5	25	5
November - Novembre	26	4	26	4
December - Décembre	26	5	26	3

Chart — 1

Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981 – 1983

Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1981 – 1983

\$ millions



\$ millions

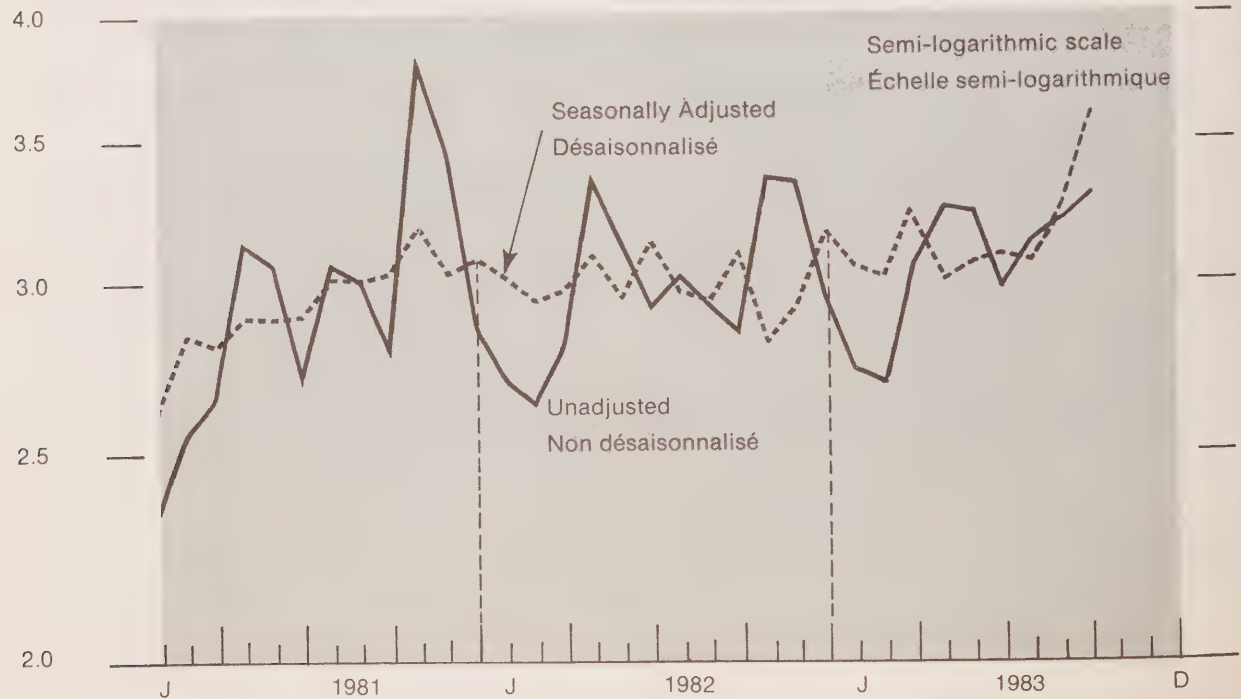
1,800
1,700
1,600
1,500
1,400
1,300
1,200
1,100
1,000
900
800
700
600
500

Chart — 2

Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981 – 1983

Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1981 – 1983

\$ billions — \$ milliards



\$ billions — \$ milliards

4.0
3.5
3.0
2.5
2.0

Chart — 3

Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1981 – 1983

Graphique — 3

Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1981 – 1983

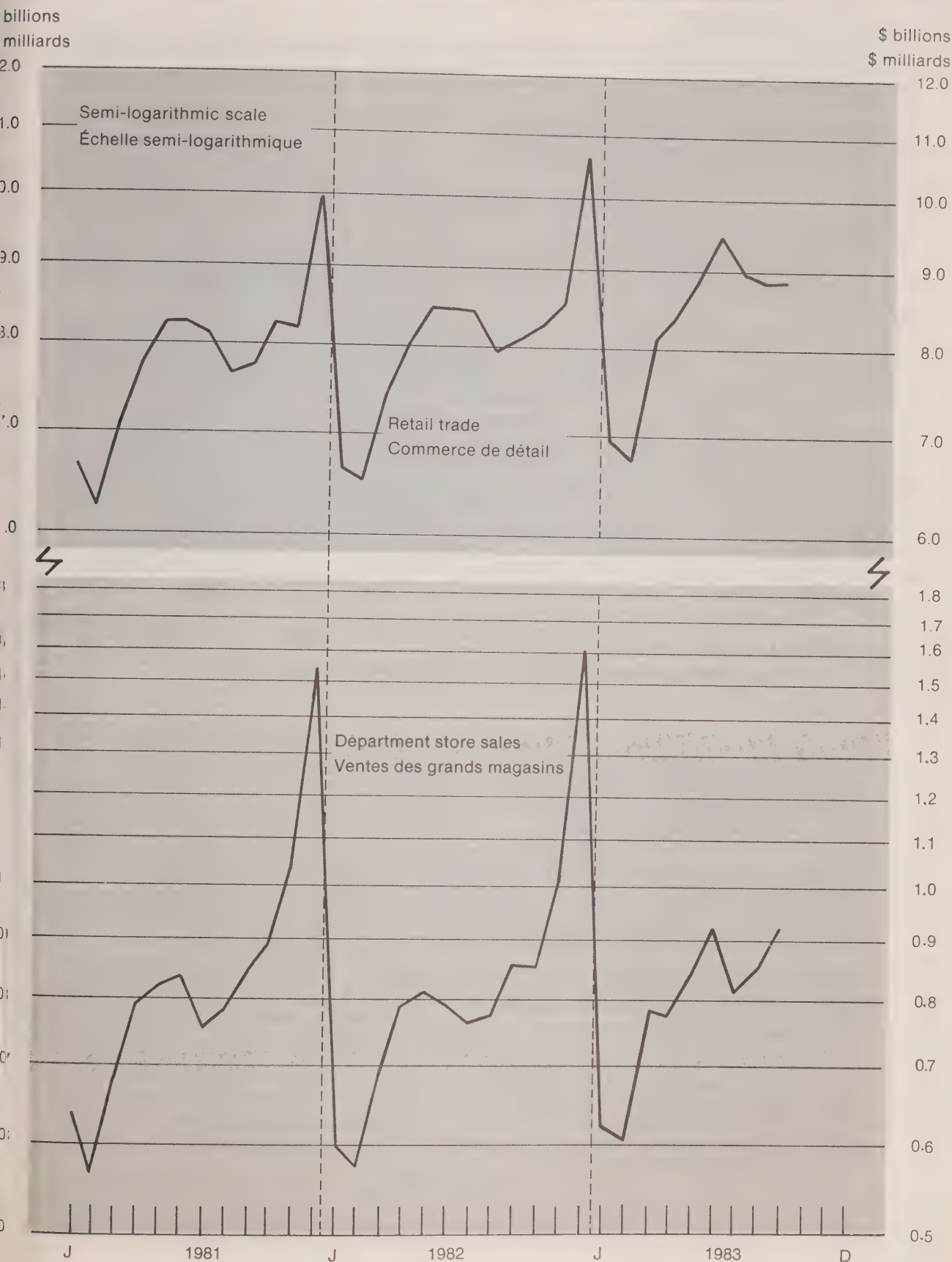


Chart — 4

Graphique — 4

Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1981 – 1983

Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1981 – 1983

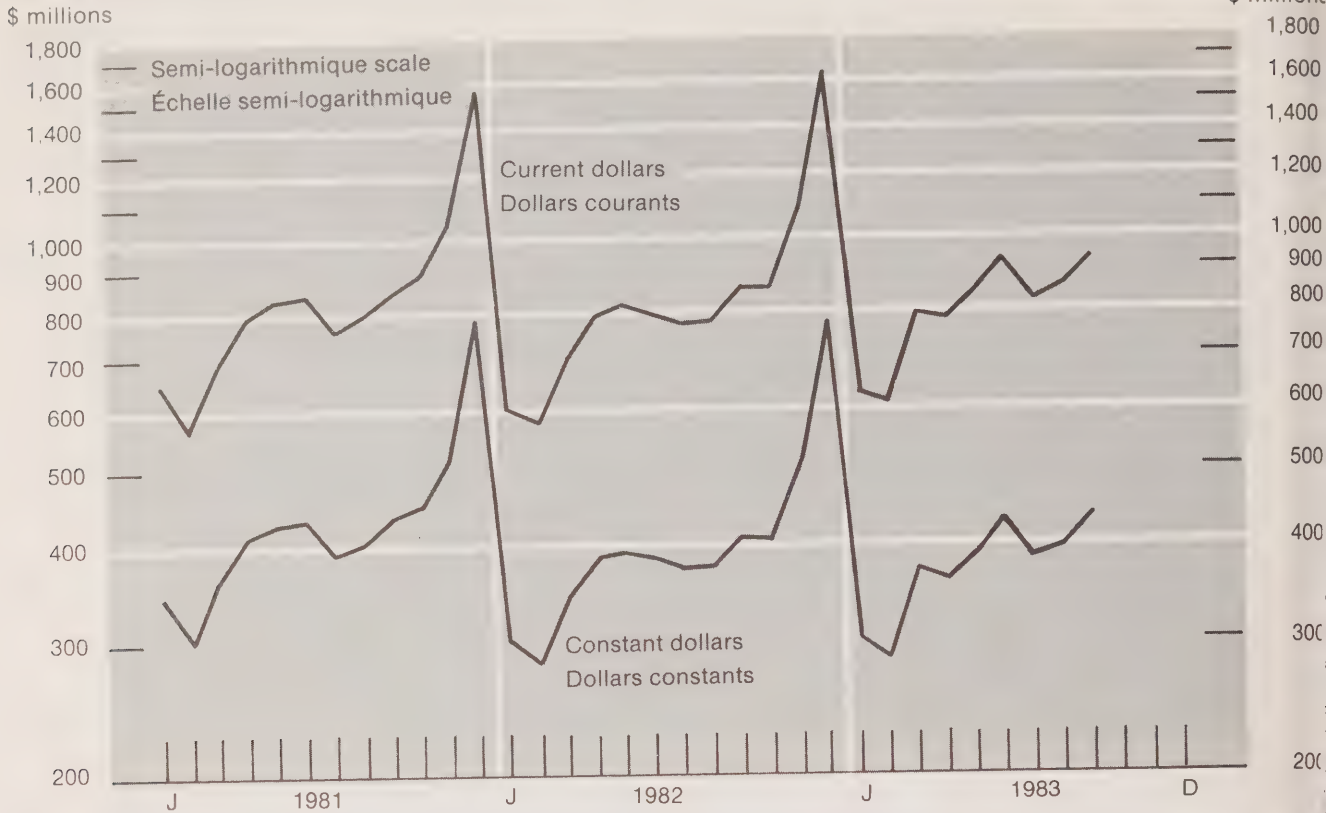


Chart — 5

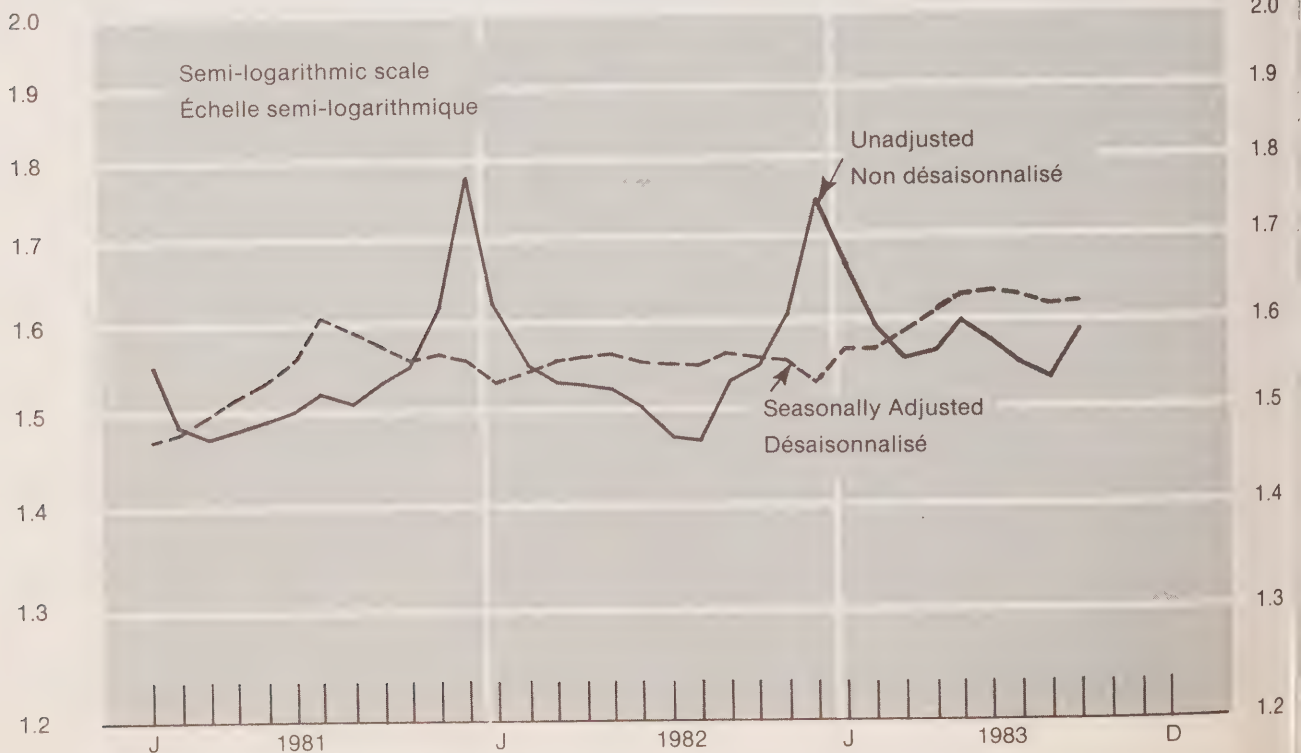
Graphique — 5

Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1981 – 1983

Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981 – 1983

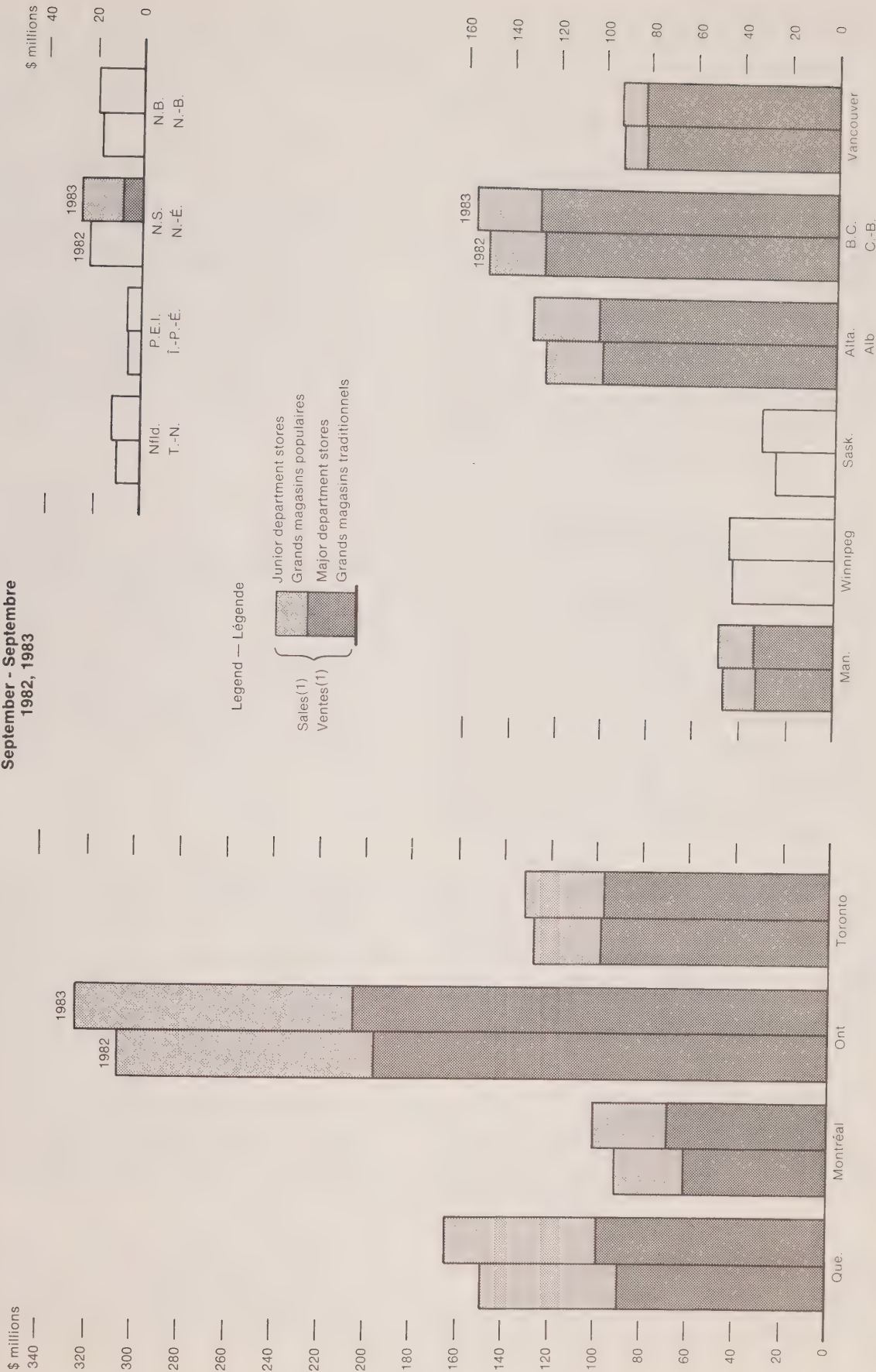
\$ milliards - \$ billions

\$ milliards - \$ billion

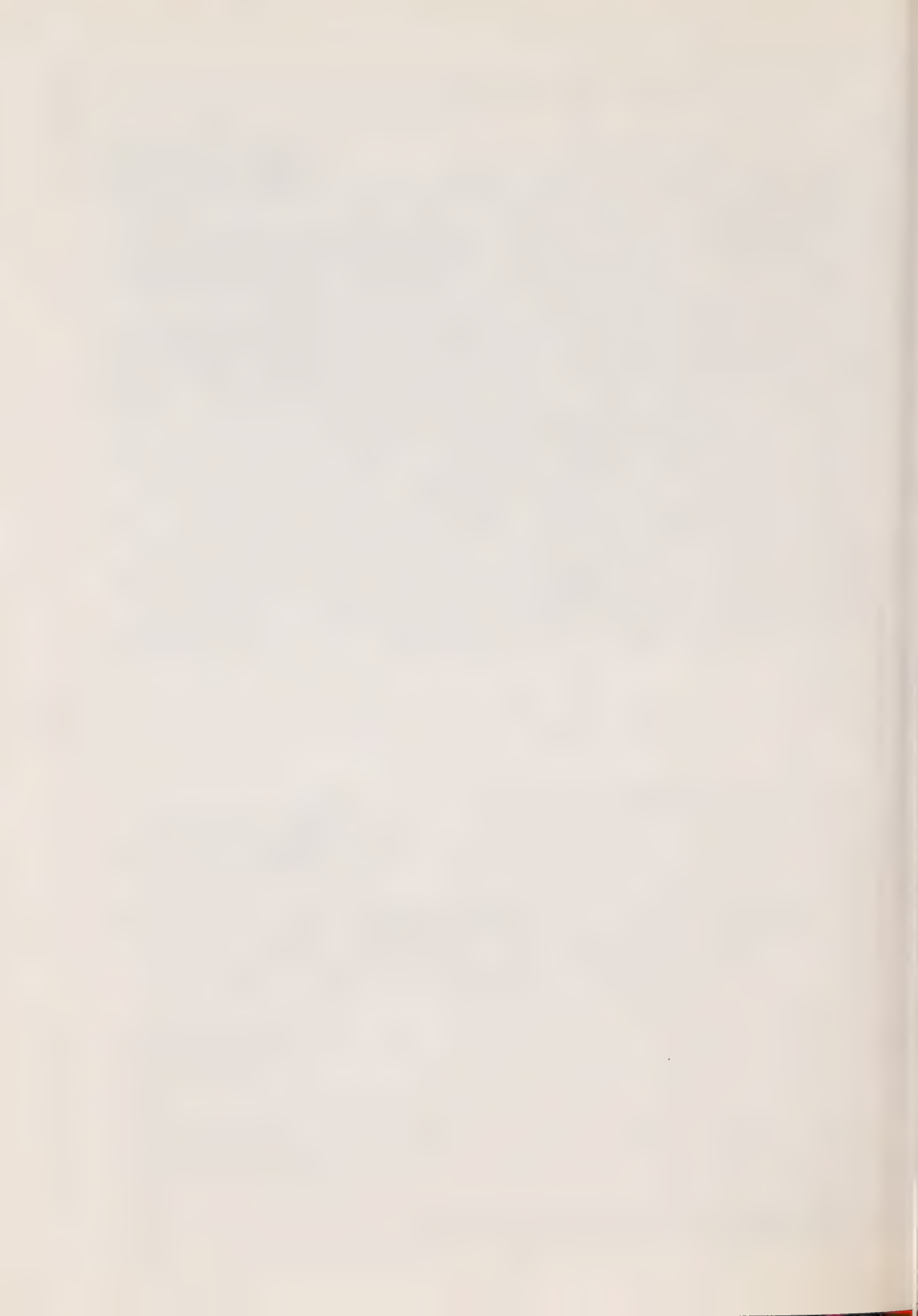


Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisations

September - Septembre
1982, 1983



(1) For reasons of confidentiality, the split between the two groups (Major-Junior) is not shown for some regions.
(1) Pour des raisons de confidentialité, nous ne mentionons pas pour certaines régions la subdivision en deux groupes (Traditionnels-Populaires).



HIGHLIGHTS

Seasonally adjusted sales

Total department store sales in September 1983, adjusted for seasonal variations and the number of trading days, decreased 1.5% over August 1983 sales to \$899.5 million. On a month to month comparison, the departments recording the highest decreases were piece goods (- 16.1%), furniture (- 16.1%) and major appliances (- 13.0%) while the largest increases were reported by television, radio and music (+ 8.8%), women's and girls' hosiery (+ 14.8%) and furs (+ 20.0%).

Unadjusted sales

Unadjusted, department store sales totalled \$922.1 million in September 1983, up 7.1% over September 1982. Sales were higher in 31 of the 40 departments, with the most notable gains in repairs and services (+ 37.4%), toys and games (+ 36.9%) and in television, radio and music (+ 19.5%), while the largest decreases were recorded by piece goods (- 13.8%), girls' and teenage girls' wear (- 12.4%) and sporting goods and luggage (- 11.2%).

Every province showed department store sales increases in September 1983 from the same month a year earlier, with advances ranging from 3.8% in British Columbia to 20.8% in Saskatchewan. With the exception of Hamilton which indicated no change from September 1982, the remaining nine metropolitan areas covered by the survey reported sales increases ranging from 1.6% in Vancouver to 11.5% in Halifax-Dartmouth.

Total sales by major department store organizations increased 4.5% from the same month last year to \$609.6 million, while junior department store organizations sales registered an increase of 12.4% to \$312.4 million.

Total sales for the third quarter of 1983 (\$2,586.8 million) rose by 7.7% from the same period the year before as compared to gains of 7.6% and 5.9% for the first and second quarters. Cumulative unadjusted sales

POINTS SAILLANTS

Ventes désaisonnalisées

Les ventes des grands magasins en septembre 1983, corrigées en fonction des variations saisonnières et du nombre de journées d'affaire, ont reculé de 1.5% par rapport à celles d'août 1983 pour se chiffrer à \$899.5 millions. Sur une base de comparaison mensuelle, on a constaté les baisses de ventes les plus significatives pour les rayons de tissus à la pièce (- 16.1%), de meubles (- 16.1%) et de gros appareils ménagers (- 13.0%) tandis que les hausses les plus notables ont été enregistrées par les rayons de télévision, radio et musique (+ 8.8%), bas pour dames et fillettes (+ 14.8%) et de fourrures (+ 20.0%).

Ventes non désaisonnalisées

Les ventes des grands magasins, sans ajustements saisonniers, se sont chiffrées à \$922.1 millions en septembre 1983, soit une augmentation de 7.1% par rapport au mois de septembre 1982. Des 40 rayons pour lesquels on recueille des données, 31 ont enregistré des accroissements de ventes, parmi lesquels les rayons de services et travaux de réparation (+ 37.4%), de jouets et jeux (+ 36.9%) et de télévision, radio et musique (+ 19.5%) ont indiqué les hausses de ventes les plus élevées tandis que les baisses de ventes les plus appréciables ont été signalées par les rayons de tissus à la pièce (- 13.8%), de vêtements de fillettes et d'adolescentes (- 12.4%) et d'articles de sport et valises (- 11.2%).

Toutes les provinces ont enregistré des hausses de leurs ventes en septembre 1983 comparativement à celles de septembre 1982, ces augmentations variant de 3.8% en Colombie-Britannique à 20.8% en Saskatchewan. Toutes les régions métropolitaines couvertes par l'enquête ont rapporté des augmentations de ventes à l'exception d'Hamilton qui n'a enregistré aucun changement. Ces hausses se sont échelonnées de 1.6% à Vancouver à 11.5% à Halifax-Dartmouth.

Les ventes totales par les organisations de grands magasins traditionnels ont augmenté de 4.5% par rapport au même mois l'an dernier pour s'établir à \$609.6 millions, tandis que les ventes des organisations de grands magasins populaires ont quant à elles augmenté de 12.4% pour se chiffrer à \$312.4 millions.

Les ventes totales pour le troisième trimestre de 1983 (\$2,586.8 millions) se sont accrues de 7.7% par rapport au trimestre correspondant l'année dernière. On a observé des gains de 7.6% et 5.9% respectivement pour le premier et le

for all departments for the first nine months of 1983 reached \$7,137.6 million, 7.1% higher than the January-September 1982 period.

In September 1983, there were 803 retail locations operated by department store organizations, one less than in August 1983 and seven additional locations compared to September 1982. Of this total number, 337 were operated by major department store organizations and 466 by junior department store organizations.

In September 1983, total department store sales constituted 10.4% of all retail sales in Canada, a slight decrease over the 10.6% share held in September 1982.

Stocks

The unadjusted selling value of stocks held in September 1983 at \$3,310.4 million, was an increase of 16.9% over the same month a year earlier. The seasonally adjusted value of stocks in September 1983 at \$3,598.3 million, was 10.5% higher than in August 1983.

deuxième trimestre cette année. Les ventes cumulatives, sans ajustements, pour l'ensemble des rayons et pour les neufs premiers mois de 1983, ont atteint \$7,137.6 millions, soit 7.1% de plus que la même période en 1982.

En septembre 1983, on a dénombré 803 points de vente opérés par les organisations de grands magasins dans leur ensemble, soit un de moins qu'en août 1983 et sept de plus qu'en septembre 1982. De ce nombre, 337 étaient exploités par les organisations des grands magasins traditionnels et 466 par les organisations de grands magasins populaires.

Les ventes totales des grands magasins ont représenté à elles seules 10.4% de l'ensemble des ventes au détail au Canada en septembre 1983, soit un léger recul par rapport au 10.6% mesuré en septembre 1982.

Stocks

La valeur marchande non désaisonnalisée des stocks détenues en septembre 1983, a augmenté de 16.9% par rapport au mois correspondant l'année dernière pour atteindre \$3,310.4 millions. La valeur désaisonnalisée des inventaires a quant à elle enregistré un gain de 10.5% par rapport au mois précédent et s'est élevée à \$3,598.3 millions.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983

		1983							
		January	February	March	April	May	June	July	August
Department		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.		thousands of dollars							
		milliers de dollars							
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	8,000	9,881	13,471	16,112	19,700	19,845	13,603	14,749
2	Women's and misses' coats and suits	10,723	10,458	15,580	14,203	8,559	6,324	6,200	16,260
3	Women's and misses' sportswear	28,150	33,825	46,361	45,564	53,968	56,195	42,293	48,126
4	Furs	4,549	3,129	2,185	888	265	507	1,102	1,792
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	16,675	16,265	21,393	20,181	20,894	22,096	19,934	24,852
6	Girls' and teenage girls' wear	8,145	10,262	17,871	13,778	14,364	14,684	11,191	22,437
7	Lingerie and women's sleepwear	10,209	11,139	13,859	14,299	16,315	18,332	15,129	14,678
8	Intimate apparel	7,304	6,903	9,839	10,031	10,127	11,519	9,573	10,245
9	Millinery	1,248	1,014	996	1,265	1,068	1,147	1,056	1,099
10	Women's and girls' hosiery	8,084	7,388	10,198	10,279	10,275	9,348	7,186	7,565
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	8,462	8,016	11,913	12,530	13,478	13,170	9,886	10,833
12	Women's, misses' and children's footwear	13,164	13,026	21,320	22,975	24,045	25,623	17,559	23,014
13	Men's clothing	20,728	20,022	33,035	30,355	28,958	36,956	24,291	28,666
14	Men's furnishings	22,542	22,525	32,921	31,197	35,442	53,679	33,979	33,129
15	Boys' clothing and furnishings	6,444	6,563	10,928	11,588	11,500	12,330	9,717	18,925
16	Men's and boys' footwear	8,868	9,036	14,514	14,667	15,377	17,997	13,017	14,406
17	Food and kindred products	47,381	58,103	56,030	56,437	57,065	51,993	49,537	56,098
18	Toiletries, cosmetics and drugs	37,336	37,530	44,134	43,159	44,391	45,218	43,100	46,212
19	Photographic equipment and supplies	9,261	8,365	10,481	10,264	11,237	14,196	13,340	13,553
20	Piece goods	3,456	3,554	4,753	4,123	4,364	4,380	3,662	4,553
21	Linens and domestics	28,304	16,064	22,030	22,807	23,457	30,297	28,701	28,311
22	Smallwares and notions	9,028	7,082	7,891	7,292	6,446	6,917	7,066	7,478
23	China and glassware	7,526	8,433	11,208	8,917	12,170	10,081	10,467	9,831
24	Floor coverings	9,403	9,453	13,007	11,602	11,751	12,583	13,920	13,673
25	Draperies, curtains and furniture coverings	10,267	10,307	13,881	14,587	15,618	16,771	16,049	14,904
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6,757	5,517	8,098	7,082	6,813	7,067	7,599	7,673
27	Furniture	38,133	30,277	42,496	36,181	45,869	47,511	58,663	48,979
28	Major appliances	33,665	27,750	36,223	32,836	39,210	53,928	58,752	44,733
29	Television, radio and music	35,142	28,086	37,902	29,958	31,154	32,163	35,899	37,362
30	Housewares and small electrical appliances	25,485	29,189	27,641	30,264	31,637	35,622	32,479	32,248
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	17,735	16,407	21,138	24,991	34,066	32,643	25,960	22,155
32	Plumbing, heating and building materials	7,215	7,741	8,596	10,769	12,333	15,973	13,417	11,092
33	Jewellery	9,595	11,087	15,406	15,614	17,180	18,072	14,677	16,015
34	Toys and games	8,046	9,298	13,446	14,515	14,056	15,753	16,345	16,442
35	Sporting goods and luggage	18,064	14,512	20,091	24,452	29,577	35,179	29,539	22,668
36	Stationery, books and magazines	19,259	19,368	24,920	22,491	22,491	25,105	22,438	31,265
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	12,734	11,080	15,085	16,239	18,953	20,334	17,292	16,743
38	Meals and lunches	18,021	16,954	20,384	19,454	19,412	21,151	20,508	21,456
39	Repairs and services	7,763	8,193	10,091	9,431	9,417	10,331	9,075	9,560
40	All other departments	20,555	20,302	26,262	31,891	37,266	37,144	29,591	27,156
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	623,426	604,104	787,578	775,268	840,268	920,164	813,792	850,941

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1983	1982				Change - Variation		Rayon	N ^o
September	September	October	November	December	September/ August 1983	September 1983/1982		
Septembre	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Septembre/ août 1983	Septembre 1983/1982		
thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
14,750	16,227	15,276	18,151	23,253	--	- 9.1	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
18,437	17,648	23,113	25,071	22,116	+ 13.4	+ 4.5	formes pour dames et jeunes filles	2
64,055	57,256	44,244	51,645	69,090	+ 33.1	+ 11.9	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	3
2,665	2,674	4,132	5,917	6,303	+ 48.7	- 0.3	filles	4
25,964	24,475	25,038	27,165	37,027	+ 4.5	+ 6.1	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	5
							Fourrures	4
							Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
							de chambres d'enfants	
16,027	18,303	14,990	19,628	26,576	- 28.6	- 12.4	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
17,762	16,874	16,919	25,027	45,884	+ 21.0	+ 5.3	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
11,603	10,658	8,922	10,595	14,406	+ 13.3	+ 8.9	Sous-vêtements	8
1,591	1,584	2,193	3,504	4,528	+ 44.8	+ 0.4	Chapeaux	9
13,067	12,646	11,810	13,049	18,176	+ 72.7	+ 3.3	Bas pour dames et fillettes	10
16,779	15,644	15,526	22,465	36,331	+ 54.9	+ 7.3	Gants, moufles et articles de parure pour	11
31,020	28,574	26,119	31,052	30,873	+ 34.8	+ 8.6	dames et fillettes	12
39,583	38,629	36,168	50,614	66,262	+ 38.1	+ 2.5	Chaussures pour dames, jeunes filles et	13
42,187	39,796	37,995	57,827	110,234	+ 27.5	+ 6.0	enfants	14
12,331	11,931	11,555	14,678	24,023	- 34.8	+ 3.4	Vêtements pour hommes	15
							Articles d'habillement pour hommes	
							Vêtements et articles d'habillement pour	
							garçons	
17,522	17,166	15,228	20,556	24,274	+ 21.6	+ 2.1	Chaussures pour hommes et garçons	16
30,890	49,303	54,758	67,523	81,194	- 9.3	+ 3.2	Produits alimentaires et connexes	17
7,129	41,750	45,954	56,485	110,167	+ 2.0	+ 12.9	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
							caments	
2,525	12,750	12,113	15,643	32,585	- 7.6	- 1.8	Appareils et fournitures photographiques	19
4,734	5,491	5,524	5,561	4,666	+ 4.0	- 13.8	Issus à la pièce	20
2,714	28,310	25,651	27,882	43,982	+ 15.6	+ 15.6	Literie et linge de maison	21
10,319	10,608	9,814	10,960	12,620	+ 38.0	- 2.7	Menus articles	22
1,592	12,425	10,762	16,440	35,009	+ 17.9	- 6.7	Porcelaine et verrerie	23
2,713	11,558	13,841	14,117	11,645	- 7.0	+ 10.0	Revêtements de plancher	24
5,753	13,458	14,406	16,323	18,340	+ 5.7	+ 17.1	Tentures, rideaux et housses	25
3,766	8,516	8,908	12,727	21,127	+ 14.2	+ 2.9	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
2,398	38,375	39,213	40,459	42,085	- 13.4	+ 10.5	d'ameublement pour la maison	27
4,435	38,400	40,446	42,784	43,480	- 0.7	+ 15.7	Meubles	28
1,251	42,890	37,668	50,778	80,007	+ 37.2	+ 19.5	Gros appareils ménagers	29
3,608	31,966	35,420	43,025	79,674	+ 4.2	+ 5.1	Télévision, radio et musique	30
							Articles de ménage et petits appareils élec-	
							triques	
1,291	23,160	27,832	25,786	35,503	+ 5.1	+ 0.6	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
1,601	9,471	10,139	10,333	12,214	- 4.4	+ 11.9	etc.	32
952	21,379	17,987	27,977	65,752	+ 24.6	- 6.7	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	
929	12,368	20,835	44,461	80,677	+ 3.0	+ 36.9	truction	33
852	23,490	20,627	27,706	50,879	- 8.0	- 11.2	Bijouterie	34
							Jouets et jeux	35
							Articles de sport et valises	
1,175	27,369	22,381	32,892	68,147	- 0.3	+ 13.9	Papeterie, livres et revues	36
1,046	15,262	19,495	22,207	22,701	- 4.2	+ 5.1	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
511	19,986	20,067	23,939	32,413	+ 0.2	+ 7.6	réparation et fournitures	
180	7,409	8,984	11,908	13,405	+ 6.5	+ 37.4	Repas et casse-croûtes	38
360	25,400	27,134	28,698	50,850	+ 0.7	+ 7.7	Services et travaux de réparation	39
							Tous autres rayons	40
9,067	861,179	859,187	1,073,558	1,608,478	+ 8.4	+ 7.1	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

TABLE 2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983(1)

		1983						
		January	February	March	April	May	June	July
Department		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	14,131	15,198	15,564	14,465	15,341	17,661	14,385
2	Women's and misses' coats and suits	14,489	14,848	15,034	14,564	15,895	15,772	14,160
3	Women's and misses' sportswear	47,558	52,614	52,261	44,450	49,066	57,230	48,484
4	Furs	2,844	2,872	2,827	3,273	1,503	2,674	2,150
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	24,337	23,921	24,655	19,822	22,654	24,893	22,976
6	Girls' and teenage girls' wear	16,326	16,585	19,204	13,892	15,509	16,544	14,746
7	Lingerie and women's sleepwear	18,785	18,558	18,861	16,727	17,875	20,383	17,712
8	Intimate apparel	9,707	9,798	10,348	9,423	9,700	10,323	10,071
9	Millinery	1,690	1,781	1,711	1,708	1,733	1,878	1,840
10	Women's and girls' hosiery	10,141	10,280	10,967	9,802	10,764	10,985	10,873
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	14,824	14,328	15,459	14,300	15,167	15,887	15,254
12	Women's, misses' and children's footwear	22,540	23,396	23,283	20,850	22,541	26,635	23,436
13	Men's clothing	33,241	33,802	36,438	33,089	33,197	37,074	34,982
14	Men's furnishings	39,818	41,650	47,138	39,840	44,067	49,718	45,279
15	Boys' clothing and furnishings	12,164	12,228	13,496	11,427	12,983	14,401	13,255
16	Men's and boys' footwear	14,571	15,047	17,403	13,446	15,292	16,902	16,444
17	Food and kindred products	57,024	58,483	61,248	54,986	57,007	57,870	57,933
18	Toiletries, cosmetics and drugs	49,914	49,928	51,807	47,513	50,155	51,168	50,999
19	Photographic equipment and supplies	13,569	14,115	14,264	12,725	13,854	13,666	13,638
20	Piece goods	4,179	4,147	4,287	3,900	4,320	4,828	4,801
21	Linens and domestics	27,485	26,588	28,042	27,397	26,984	29,796	27,984
22	Smallwares and notions	8,512	8,369	8,603	8,081	8,572	8,883	8,822
23	China and glassware	11,784	13,897	14,421	11,345	13,992	12,328	13,296
24	Floor coverings	11,671	11,499	12,990	11,597	11,736	12,364	13,819
25	Draperies, curtains and furniture coverings	13,934	15,198	14,479	13,859	15,062	15,037	14,933
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	9,074	8,578	9,710	8,821	8,752	8,509	8,918
27	Furniture	38,614	39,805	44,010	38,757	42,345	43,453	50,663
28	Major appliances	36,204	38,211	39,775	36,136	40,131	50,389	48,379
29	Television, radio and music	39,857	40,522	43,772	38,215	42,284	40,997	43,298
30	Housewares and small electrical appliances	37,366	39,460	37,807	34,823	34,413	37,978	36,096
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	24,529	24,300	26,413	23,749	27,900	27,633	26,364
32	Plumbing, heating and building materials	10,650	11,064	10,034	9,831	10,105	12,750	11,612
33	Jewellery	21,132	21,124	21,294	20,167	20,542	20,622	20,121
34	Toys and games	23,283	24,034	27,430	21,371	24,208	25,471	25,572
35	Sporting goods and luggage	25,288	25,712	27,677	24,725	25,183	26,786	26,758
36	Stationery, books and magazines	26,292	27,449	33,459	28,557	29,170	29,932	30,037
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	17,265	16,269	17,028	16,714	18,423	19,434	18,035
38	Meals and lunches	21,168	20,986	20,920	20,539	20,944	21,668	21,912
39	Repairs and services	9,267	10,150	10,372	9,692	9,714	10,576	10,605
40	All other departments	29,940	29,600	31,013	29,065	28,760	32,557	31,867
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	865,148	884,731	928,419	821,620	884,672	963,938	928,977

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1982 et 1983(1)

1983		1982				Change - Variation		Rayon	N ^o
August ^r	September ^p	September	October	November	December	September/ August 1983			
août ^r	septembre ^p	septembre	octobre	novembre	décembre	septembre/ août 1983			
Thousands of dollars						per cent			
milliers de dollars						pourcentage			
15,623	14,160	16,052	16,124	16,607	16,309	- 9.4		Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
14,310	14,864	13,751	13,959	16,531	14,111	+ 3.9		Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
49,758	49,984	45,353	43,322	44,475	46,435	+ 0.5		Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
2,306	2,767	2,799	3,154	3,153	2,661	+ 20.0		Fourrures	4
23,146	23,608	22,348	22,610	23,068	23,259	+ 2.0		Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
15,644	13,696	15,796	15,473	16,227	16,721	- 12.5		Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
19,395	18,548	18,020	18,209	17,777	17,801	- 4.4		Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
10,241	10,810	10,096	9,921	10,509	10,161	+ 5.6		Sous-vêtements	8
1,777	1,672	1,679	1,583	1,701	1,725	- 5.9		Chapeaux	9
9,364	10,750	10,759	10,474	11,128	10,704	+ 14.8		Bas pour dames et fillettes	10
14,176	15,295	14,434	14,700	14,907	14,783	+ 7.9		Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
23,380	24,234	22,750	21,738	24,598	22,882	+ 3.7		Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
33,962	35,301	35,024	32,912	35,017	34,576	+ 3.9		Vêtements pour hommes	13
44,104	43,026	42,108	39,928	38,775	40,957	- 2.4		Articles d'habillement pour hommes	14
13,030	11,738	11,307	11,513	12,135	12,112	- 9.9		Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
15,568	14,943	14,816	13,784	16,922	15,159	- 4.0		Chaussures pour hommes et garçons	16
56,009	56,369	56,332	57,463	57,045	57,362	+ 0.6		Produits alimentaires et connexes	17
52,120	52,770	47,168	48,609	48,701	49,362	+ 1.2		Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
13,494	13,394	13,681	13,657	13,591	13,602	- 0.7		Appareils et fournitures photographiques	19
4,670	3,916	4,727	4,623	4,591	4,857	- 16.1		Tissus à la pièce	20
28,437	29,539	25,279	25,598	25,924	26,751	+ 3.9		Literie et linge de maison	21
8,561	8,441	8,826	8,576	9,095	8,491	- 1.4		Menus articles	22
12,800	11,923	12,647	12,778	12,014	12,561	- 6.9		Porcelaine et verrerie	23
14,084	12,357	11,317	11,843	11,501	11,196	- 12.3		Revêtements de plancher	24
15,242	15,668	13,124	13,611	14,402	15,668	+ 2.8		Tentures, rideaux et housses	25
8,885	9,195	8,681	9,122	9,163	9,294	+ 3.5		Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
48,919	41,028	36,888	39,663	38,800	40,930	- 16.1		Meubles	27
45,970	39,981	35,526	37,364	42,064	38,009	- 13.0		Gros appareils ménagers	28
42,133	45,833	38,222	36,677	38,252	38,184	+ 8.8		Télévision, radio et musique	29
36,230	36,574	34,655	38,121	34,963	35,896	+ 0.9		Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
24,761	24,964	24,870	25,741	25,158	25,164	+ 0.8		Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
11,286	10,595	9,627	9,142	10,180	12,085	- 6.1		Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
20,370	19,960	21,284	21,690	20,174	21,202	- 2.0		Bijouterie	33
26,491	28,070	20,576	20,847	18,941	21,254	+ 6.0		Jouets et jeux	34
25,935	24,448	27,915	26,240	25,905	26,233	- 5.7		Articles de sport et valises	35
29,181	29,054	25,600	25,839	26,065	28,149	- 0.4		Papeterie, livres et revues	36
17,852	17,758	17,084	16,541	17,430	16,424	- 0.5		Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
21,611	21,959	20,707	19,945	21,236	22,091	+ 1.6		Repas et casse-croûtes	38
10,850	10,492	7,745	8,301	8,564	10,128	- 3.3		Services et travaux de réparation	39
30,388	31,027	29,837	30,129	29,896	30,492	+ 2.1		Tous autres rayons	40
12,760	899,490	850,465	850,418	865,697	876,476	- 1.5		TOTAL, TOUTS RAYONS	41

1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983

Province	1983							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	5,973	6,167	9,133	8,381	10,086	10,965	9,703	10,917
2 Prince Edward Island	4,088	3,308	4,039	4,575	4,841	6,087	6,140	6,146
3 Nova Scotia	15,152	14,552	21,368	20,965	24,109	27,180	25,031	27,825
4 New Brunswick	11,285	11,429	15,670	16,565	18,527	20,380	17,746	19,513
5 Quebec	113,689	105,666	137,559	141,986	159,981	165,359	138,487	152,270
6 Ontario	220,389	209,538	273,189	276,641	298,118	337,849	302,457	307,521
7 Manitoba	30,338	30,908	43,142	41,974	42,817	46,237	41,664	42,766
8 Saskatchewan	18,851	18,137	25,262	24,875	24,929	26,867	25,850	28,146
9 Alberta	92,346	92,023	117,900	110,899	117,794	127,481	113,648	117,281
10 British Columbia	109,447	110,510	137,672	126,114	136,788	148,635	130,347	135,891
11 Yukon and Northwest Territories	1,868	1,866	2,645	2,293	2,279	3,125	2,720	2,651
12 CANADA	623,426	604,104	787,578	775,268	840,268	920,164	813,792	850,941

TABLE 4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Calgary	35,506	35,568	45,673	42,727	45,841	48,022	42,971	44,011
2 Edmonton	42,323	41,986	53,130	49,747	53,833	57,902	51,913	53,611
3 Halifax-Dartmouth	8,865	8,301	12,425	12,190	12,990	14,192	13,312	15,211
4 Hamilton	16,494	15,417	20,012	20,178	21,246	23,724	21,954	21,811
5 Montreal	69,878	64,081	81,508	85,084	93,559	97,104	78,786	90,011
6 Ottawa-Hull	27,571	24,135	34,541	32,815	37,530	40,591	35,729	37,111
7 Quebec City	15,486	13,658	19,417	20,538	23,196	23,301	19,919	20,111
8 Toronto	91,876	86,317	110,184	112,661	115,270	131,752	118,249	120,111
9 Vancouver	66,859	67,579	82,773	74,498	80,530	88,441	75,390	78,111
10 Winnipeg	27,586	28,058	39,236	38,113	38,730	41,639	37,562	38,111

TABLEAU 3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1982 et 1983

1983	1982					Change - Variation		Province	No
September	September	October	November	December	September/ August 1983	September 1983/1982			
septembre	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Septembre/ août 1983	Septembre 1983/1982			
Thousands of dollars - milliers de dollars									
10,984	9,903	11,067	13,775	19,875	+ 0.6	+ 10.9	Terre-Neuve	1	
5,537	5,230	5,087	6,019	9,477	- 10.0	+ 5.9	Île-du-Prince-Édouard	2	
25,947	22,345	23,885	32,319	51,652	- 6.7	+ 16.1	Nouvelle-Écosse	3	
19,507	17,601	19,217	25,692	36,671	--	+ 10.8	Nouveau-Brunswick	4	
5,114	148,921	154,748	178,929	280,436	+ 8.4	+ 10.9	Québec	5	
14,680	305,940	302,675	387,576	598,421	+ 5.6	+ 6.1	Ontario	6	
8,773	46,588	44,257	57,953	80,873	+ 14.1	+ 4.7	Manitoba	7	
0,972	25,635	25,662	34,468	47,067	+ 10.0	+ 20.8	Saskatchewan	8	
1,181	125,582	127,275	158,132	218,739	+ 11.8	+ 4.5	Alberta	9	
6,209	150,477	142,202	175,741	260,278	+ 14.9	+ 3.8	Colombie-Britannique	10	
3,163	2,958	3,112	2,954	4,990	+ 19.0	+ 6.9	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11	
2,067	861,179	859,187	1,073,558	1,608,478	+ 8.4	+ 7.1	CANADA	12	

TABLEAU 4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1983	1982					Change - Variation			
September	September	October	November	December	September/ August 1983	September 1983/1982	Certaines zones métropolitaines		
Sepembre	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Septembre/ août 1983	Septembre 1983/1982			
Thousands of dollars - milliers de dollars								Nº	
1,187	49,280	49,690	61,436	84,142	+ 14.0	+ 1.8	Calgary	1	
1,701	57,361	57,129	70,906	97,287	+ 11.3	+ 4.1	Edmonton	2	
1,296	12,820	13,419	17,887	27,088	- 6.0	+ 11.5	Halifax-Dartmouth	3	
1,575	22,582	22,156	28,415	46,239	+ 3.4	--	Hamilton	4	
1,678	91,718	93,741	108,605	171,021	+ 11.1	+ 9.8	Montréal	5	
1,665	37,009	37,657	44,801	66,060	+ 8.8	+ 9.9	Ottawa-Hull	6	
1,699	20,783	21,461	25,300	36,127	+ 9.7	+ 9.2	Ville de Québec	7	
11,998	126,985	121,498	156,241	242,771	+ 9.1	+ 3.2	Toronto	8	
1,887	91,441	85,071	105,425	156,081	+ 18.5	+ 1.6	Vancouver	9	
1,404	42,384	40,028	52,572	72,593	+ 15.2	+ 4.8	Winnipeg	10	

TABLE 5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983

Province	1983							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x	
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x	
3 Nova Scotia	5,561	5,025	6,674	6,827	7,465	7,919	7,803	9,11
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x	
5 Quebec	63,028	59,932	78,757	80,468	89,932	91,110	74,622	84,36
6 Ontario	139,304	130,111	168,840	171,235	177,566	203,562	185,934	184,00
7 Manitoba	20,927	21,103	30,050	27,495	26,790	29,192	26,389	26,84
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x	
9 Alberta	74,681	72,922	92,836	84,401	87,977	97,331	85,779	87,51
10 British Columbia	91,080	91,592	112,768	100,349	108,532	119,978	102,698	107,31
11 Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	x	x	
12 CANADA	416,073	400,107	517,527	496,451	524,432	578,356	510,527	528,91

TABLE 6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Calgary	29,040	28,473	36,678	33,109	35,260	37,388	32,756	34,01
2 Edmonton	35,144	34,295	42,699	38,811	40,806	45,023	40,229	40,11
3 Halifax-Dartmouth	5,252	4,637	7,050	6,827	6,995	7,338	7,231	8,11
4 Hamilton	12,516	11,640	15,106	15,457	16,073	18,812	17,037	16,01
5 Montreal	42,362	41,194	52,817	54,533	59,173	59,345	47,485	57,11
6 Ottawa-Hull	18,458	15,667	23,189	21,054	24,192	25,994	23,823	22,11
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x	x	
8 Toronto	69,002	64,180	81,651	83,485	82,502	94,657	86,545	87,11
9 Vancouver	59,276	60,052	73,075	64,338	69,450	77,713	64,955	67,11
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x	

TABLEAU 5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983

1983	1982						Change - Variation		
September	September	October	November	December	September/ August 1983	September 1983/1982	Province		
Septembre	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Septembre/ août 1983	Septembre 1983/1982			
thousands of dollars - milliers de dollars									
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve		1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard		2
8,579	x	x	x	x	- 5.8	x	Nouvelle-Écosse		3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick		4
98,478	88,670	90,851	106,753	156,587	+ 16.7	+ 11.1	Québec		5
204,499	196,786	189,082	245,792	355,233	+ 11.1	+ 3.9	Ontario		6
33,877	33,309	29,310	39,694	52,740	+ 26.2	+ 1.7	Manitoba		7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan		8
101,788	100,475	99,298	124,170	168,176	+ 16.3	+ 1.3	Alberta		9
127,635	125,810	115,913	143,087	207,619	+ 18.9	+ 1.5	Colombie-Britannique		10
x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest		11
609,641	583,300	562,793	708,645	1,009,764	+ 15.2	+ 4.5	CANADA		12

TABLEAU 6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

[illegible]

TABLE 7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983

Province	1983							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	9,591	9,527	14,694	14,138	16,644	19,260	17,228	18,713
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	50,662	45,734	58,802	61,518	70,049	74,248	63,866	67,903
6 Ontario	81,085	79,427	104,349	105,406	120,552	134,287	116,523	123,519
7 Manitoba	9,411	9,805	13,092	14,479	16,027	17,045	15,275	15,917
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	17,665	19,101	25,064	26,498	29,817	30,151	27,868	29,730
10 British Columbia	18,367	18,918	24,904	25,765	28,256	28,657	27,649	28,506
11 Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	x	x	x
12 CANADA	207,353	203,997	270,051	278,817	315,835	341,809	303,265	321,978

TABLE 8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Calgary	6,466	7,095	8,995	9,617	10,581	10,633	10,216	9,99
2 Edmonton	7,179	7,691	10,431	10,936	13,027	12,879	11,683	13,25
3 Halifax-Dartmouth	3,613	3,664	5,375	5,364	5,995	6,854	6,080	6,63
4 Hamilton	3,978	3,778	4,906	4,721	5,173	4,912	4,917	5,17
5 Montreal	27,516	22,887	28,691	30,551	34,386	37,759	31,301	32,78
6 Ottawa-Hull	9,114	8,467	11,352	11,762	13,338	14,596	11,905	14,48
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x	x	x
8 Toronto	22,873	22,137	28,533	29,176	32,768	37,095	31,705	32,42
9 Vancouver	7,583	7,527	9,698	10,160	11,080	10,728	10,435	10,45
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983

1983	1982						Change - Variation		
September	September	October	November	December	September/ August 1983	September 1983/1982	Province		
Septembre	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Septembre/ août 1983	Septembre 1983/1982			
thousands of dollars - milliers de dollars									N°
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve		1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard		2
17,368	x	x	x	x	- 7.2	x	Nouvelle-Écosse		3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick		4
66,636	60,251	63,898	72,177	123,849	- 1.9	+ 10.6	Québec		5
120,181	109,154	113,593	141,783	243,188	- 2.7	+ 10.1	Ontario		6
14,896	13,280	14,947	18,260	28,133	- 6.4	+ 12.2	Manitoba		7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan		8
29,393	25,107	27,977	33,962	50,563	- 1.1	+ 17.1	Alberta		9
28,574	24,666	26,289	32,654	52,659	+ 0.2	+ 15.8	Colombie-Britannique		10
x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest		11
512,425	277,880	296,393	364,914	598,714	- 3.0	+ 12.4	CANADA		12

TABLEAU 8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

[illegible]

TABLE 9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983

		1983						
Province		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		number - nombre						
1	Newfoundland	14	14	14	14	14	14	14
2	Prince Edward Island	7	7	7	7	7	7	7
3	Nova Scotia	32	32	31	31	32	32	32
4	New Brunswick	25	24	25	25	25	25	25
5	Quebec	164	161	161	161	161	161	161
6	Ontario	301	299	300	300	300	300	300
7	Manitoba	38	38	38	38	38	38	38
8	Saskatchewan	29	29	30	30	30	30	30
9	Alberta	84	84	83	83	84	84	84
10	British Columbia	102	101	101	101	101	101	101
11	Yukon and Northwest Territories	7	6	6	6	6	6	6
12	CANADA	803	795	796	796	798	798	798

TABLE 10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

No.	Selected metropolitan areas	1983						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
number - nombre								
1	Calgary	27	27	27	27	27	27	27
2	Edmonton	32	32	31	31	32	32	32
3	Halifax-Dartmouth	13	13	13	13	13	13	13
4	Hamilton	24	23	23	23	23	23	23
5	Montreal	80	79	79	79	79	79	79
6	Ottawa-Hull	32	31	32	32	32	32	32
7	Quebec City	19	19	19	19	19	19	19
8	Toronto	88	88	88	88	88	88	88
9	Vancouver	42	41	41	41	41	41	41
10	Winnipeg	30	30	30	30	30	30	30

TABLEAU 9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1982 et 1983

1983		1982				Province	No
August	September	September	October	November	December		
Août	Septembre	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
14	14	14	14	14	14	Terre-Neuve	1
7	7	7	7	7	7	Île-du-Prince-Édouard	2
32	32	32	32	32	32	Nouvelle-Écosse	3
26	26	25	25	25	25	Nouveau-Brunswick	4
163	163	162	163	164	164	Québec	5
301	301	299	300	301	301	Ontario	6
38	38	38	38	38	38	Manitoba	7
31	31	28	29	29	29	Saskatchewan	8
85	84	83	84	84	84	Alberta	9
101	101	101	101	102	102	Colombie-Britannique	10
6	6	7	7	7	7	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
804	803	796	800	803	803	CANADA	12

TABLEAU 10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1983		1982				Certaines zones métropolitaines	No
August	September	September	October	November	December		
Août	Septembre	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
7	26	27	27	27	27	Calgary	1
3	33	32	32	32	32	Edmonton	2
3	13	13	13	13	13	Halifax-Dartmouth	3
13	23	24	24	24	24	Hamilton	4
11	81	79	80	80	80	Montréal	5
3	33	32	32	32	32	Ottawa-Hull	6
9	19	18	18	19	19	Ville de Québec	7
3	88	87	88	88	88	Toronto	8
1	41	41	41	42	42	Vancouver	9
0	30	30	30	30	30	Winnipeg	10

TABLE 11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983

Province	1983						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	number - nombre						
1 Newfoundland	8	8	8	8	8	8	8
2 Prince Edward Island	3	3	3	3	3	3	3
3 Nova Scotia	6	6	5	5	6	6	6
4 New Brunswick	5	4	4	4	4	4	4
5 Quebec	58	55	54	54	54	54	54
6 Ontario	113	111	112	112	112	112	112
7 Manitoba	18	18	18	18	18	18	18
8 Saskatchewan	15	15	15	15	15	15	15
9 Alberta	51	51	50	50	50	50	50
10 British Columbia	60	60	60	60	60	60	60
11 Yukon and Northwest Territories	6	5	5	5	5	5	5
12 CANADA	343	336	334	334	335	335	335

TABLE 12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	number - nombre						
1 Calgary	15	15	15	15	15	15	15
2 Edmonton	19	19	18	18	18	18	18
3 Halifax-Dartmouth	5	5	5	5	5	5	5
4 Hamilton	15	14	14	14	14	14	14
5 Montreal	31	30	29	29	29	29	29
6 Ottawa-Hull	13	12	13	13	13	13	13
7 Quebec City	7	7	7	7	7	7	7
8 Toronto	40	40	40	40	40	40	40
9 Vancouver	26	26	26	26	26	26	26
10 Winnipeg	13	13	13	13	13	13	13

TABLEAU 11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983

1983		1982				Province	N ^o
August	September	September	October	November	December		
Août	Septembre	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
8	8	8	8	8	8	Terre-Neuve	1
3	3	3	3	3	3	Île-du-Prince-Édouard	2
6	6	6	6	6	6	Nouvelle-Écosse	3
4	4	5	5	5	5	Nouveau-Brunswick	4
56	56	58	58	58	58	Québec	5
112	112	112	113	113	113	Ontario	6
18	18	18	18	18	18	Manitoba	7
16	16	15	15	15	15	Saskatchewan	8
50	49	51	51	51	51	Alberta	9
60	60	60	60	60	60	Colombie-Britannique	10
5	5	6	6	6	6	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
338	337	342	343	343	343	CANADA	12

TABLEAU 12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1983		1982				Certaines zones métropolitaines	N ^o
August	September	September	October	November	December		
Août	Septembre	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
5	14	15	15	15	15	Calgary	1
3	18	19	19	19	19	Edmonton	2
5	5	5	5	5	5	Halifax-Dartmouth	3
14	14	15	15	15	15	Hamilton	4
31	31	31	31	31	31	Montréal	5
13	13	13	13	13	13	Ottawa-Hull	6
7	7	7	7	7	7	Ville de Québec	7
40	40	40	40	40	40	Toronto	8
26	26	26	26	26	26	Vancouver	9
13	13	13	13	13	13	Winnipeg	10

TABLE 13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983

		1983						
Province		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		number - nombre						
1	Newfoundland	6	6	6	6	6	6	6
2	Prince Edward Island	4	4	4	4	4	4	4
3	Nova Scotia	26	26	26	26	26	26	26
4	New Brunswick	20	20	21	21	21	21	21
5	Quebec	106	106	107	107	107	107	107
6	Ontario	188	188	188	188	188	188	188
7	Manitoba	20	20	20	20	20	20	20
8	Saskatchewan	14	14	15	15	15	15	15
9	Alberta	33	33	33	33	34	34	34
10	British Columbia	42	41	41	41	41	41	41
11	Yukon and Northwest Territories	1	1	1	1	1	1	1
12	CANADA	460	459	462	462	463	463	463

TABLE 14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

No.	Selected metropolitan areas	1983						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
number - nombre								
1	Calgary	12	12	12	12	12	12	12
2	Edmonton	13	13	13	13	14	14	14
3	Halifax-Dartmouth	8	8	8	8	8	8	8
4	Hamilton	9	9	9	9	9	9	9
5	Montreal	49	49	50	50	50	50	50
6	Ottawa-Hull	19	19	19	19	19	19	19
7	Quebec City	12	12	12	12	12	12	12
8	Toronto	48	48	48	48	48	48	48
9	Vancouver	16	15	15	15	15	15	15
10	Winnipeg	17	17	17	17	17	17	17

TABLEAU 13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983

1983		1982				Province	N ^o
August	September	September	October	November	December		
août	septembre	septembre	octobre	novembre	décembre		
number - nombre							
6	6	6	6	6	6	Terre-Neuve	1
4	4	4	4	4	4	Île-du-Prince-Édouard	2
26	26	26	26	26	26	Nouvelle-Écosse	3
22	22	20	20	20	20	Nouveau-Brunswick	4
107	107	104	105	106	106	Québec	5
189	189	187	187	188	188	Ontario	6
20	20	20	20	20	20	Manitoba	7
15	15	13	14	14	14	Saskatchewan	8
35	35	32	33	33	33	Alberta	9
41	41	41	41	42	42	Colombie-Britannique	10
1	1	1	1	1	1	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
66	466	454	457	460	460	CANADA	12

TABLEAU 14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1983		1982				Certaines zones métropolitaines	N ^o
August	September	September	October	November	December		
août	septembre	septembre	octobre	novembre	décembre		
number - nombre							
2	12	12	12	12	12	Calgary	1
2	15	13	13	13	13	Edmonton	2
1	8	8	8	8	8	Halifax-Dartmouth	3
1	9	9	9	9	9	Hamilton	4
1	50	48	49	49	49	Montréal	5
1	20	19	19	19	19	Ottawa-Hull	6
1	12	11	11	12	12	Ville de Québec	7
1	48	47	48	48	48	Toronto	8
1	15	15	15	16	16	Vancouver	9
1	17	17	17	17	17	Winnipeg	10

TABLE 15. Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983
January-September

TABLERAU 15. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983
Janvier-septembre

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1983/1982
		1982 ¹	1983	Variation 1983/1982
		thousands of dollars		per cent
		milliers de dollars		pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	135,298	130,111	- 3.8
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	103,495	106,744	+ 3.1
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sport pour dames et jeunes filles	377,975	418,537	+ 10.7
4	Furs - Fourrures	18,567	17,082	- 8.0
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	186,225	188,254	+ 1.1
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes	133,324	128,759	- 3.4
7	Lingerie and women's sleeperwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	123,138	131,722	+ 7.0
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	80,709	87,144	+ 8.0
9	Millinery - Chapeaux	9,756	10,484	+ 7.5
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	78,440	83,390	+ 6.3
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	98,450	105,067	+ 6.7
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	184,220	191,746	+ 4.1
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes	266,401	262,594	- 1.4
14	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	275,962	307,601	+ 11.5
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habille- ment pour garçons	92,667	100,326	+ 8.3
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	117,908	125,404	+ 6.4
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	479,106	483,534	+ 0.9
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	349,897	388,209	+ 10.9
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photo- graphiques	102,345	103,222	+ 0.9
20	Piece goods - Tissus à la pièce	39,508	37,579	- 4.9
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison	203,196	232,685	+ 14.5
22	Smallwares and notions - Menus articles	68,650	69,519	+ 1.3
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie	86,328	90,225	+ 4.5
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	98,838	108,105	+ 9.4
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	119,648	128,137	+ 7.1
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	63,059	65,372	+ 3.7
27	Furniture - Meubles	338,590	390,507	+ 15.3
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	306,102	371,532	+ 21.4
29	Television, radio and music - Télévision, radio et musique	264,741	318,917	+ 20.5
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	259,620	278,173	+ 7.1
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	227,421	218,386	- 4.0
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	84,650	97,737	+ 15.5
33	Jewellery - Bijouterie	142,582	137,598	- 3.5
34	Toys and games - Jouets et jeux	100,599	124,830	+ 24.1
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	235,361	214,934	- 8.7
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	189,368	218,512	+ 15.4
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	147,671	144,506	- 2.1
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	174,343	178,853	+ 2.6
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation	63,455	84,041	+ 32.4
40	All other departments - Tous autres rayons	239,236	257,530	+ 7.6
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	6,666,849	7,137,608	+ 7.1

TABLE 16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983
January-September

TABLEAU 16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1982 et 1983
Janvier-septembre

Province	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^F	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	77,471	82,309	+ 6.2
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	39,806	44,761	+ 12.4
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	167,721	202,129	+ 20.5
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	136,737	150,622	+ 10.2
Québec	1,182,371	1,280,111	+ 8.3
Ontario	2,344,079	2,550,388	+ 8.8
Manitoba	351,678	368,614	+ 4.8
Saskatchewan	191,195	223,888	+ 17.1
Alberta	1,000,230	1,020,555	+ 2.0
British Columbia - Colombie-Britannique	1,151,334	1,191,619	+ 3.5
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	24,230	22,618	- 6.7
CANADA	6,666,849	7,137,608	+ 7.1

TABLE 17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983
January-September

TABLEAU 17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines,
1982 et 1983
Janvier-septembre

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^F	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	401,112	390,538	- 2.6
Edmonton	451,282	464,180	+ 2.9
Halifax-Dartmouth	88,061	111,775	+ 26.9
Winnipeg	174,760	183,436	+ 5.0
Montreal	711,251	761,315	+ 7.0
Ottawa-Hull	275,122	310,939	+ 13.0
Quebec City - Ville de Québec	159,944	178,913	+ 11.9
Toronto	953,626	1,017,341	+ 6.7
Vancouver	693,658	707,364	+ 2.0
Winnipeg	318,827	333,875	+ 4.7

TABLE 18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983
January-September

TABLEAU 18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983
Janvier-septembre

Province	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	x	64,965	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	663,017	720,695	+ 8.7
Ontario	1,427,220	1,565,059	+ 9.7
Manitoba	232,800	242,668	+ 4.2
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	784,203	785,268	+ 0.1
British Columbia - Colombie-Britannique	939,067	962,023	+ 2.4
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	x	x
CANADA	4,308,747	4,582,077	+ 6.3

TABLE 19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983
January-September

TABLEAU 19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983
Janvier-septembre

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	315,157	306,824	- 2.6
Edmonton	365,032	364,207	- 0.2
Halifax-Dartmouth	x	61,762	x
Hamilton	132,019	140,571	+ 6.5
Montréal	452,251	482,821	+ 6.8
Ottawa-Hull	177,751	202,054	+ 13.7
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	703,716	747,368	+ 6.2
Vancouver	609,331	618,618	+ 1.5
Winnipeg	x	x	x

TABLE 20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983
January-September

TABLEAU 20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983
Janvier-septembre

Province	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	x	137,163	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	519,353	559,418	+ 7.7
Ontario	916,859	985,329	+ 7.5
Manitoba	118,878	125,947	+ 5.9
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	216,029	235,287	+ 8.9
British Columbia - Colombie-Britannique	212,265	229,596	+ 8.2
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	x	x
CANADA	2,358,103	2,555,530	+ 8.4

TABLE 21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983
January-September

TABLEAU 21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines,
1982 et 1983
Janvier-septembre

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	85,955	83,713	- 2.6
Edmonton	86,252	99,970	+ 15.9
Halifax-Dartmouth	x	50,013	x
Hamilton	42,741	42,866	+ 0.3
Montréal	258,999	278,494	+ 7.5
Ottawa-Hull	97,371	108,885	+ 11.8
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	249,912	269,973	+ 8.0
Vancouver	84,326	88,745	+ 5.2
Winnipeg	x	x	x

TABLE 22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1981-1983

TABLEAU 22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1981-1983

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major Traditionnels		Junior Populaires	
	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution
	'000	%	'000	%	'000	%
1981:						
January - Janvier	643,821	100.0	442,269	68.7	201,552	31.3
February - Février	568,767	100.0	381,684	67.1	187,082	32.9
March - Mars	688,718	100.0	471,588	68.5	217,130	31.5
April - Avril	793,595	100.0	521,698	65.7	271,897	34.3
May - Mai	822,881	100.0	532,820	64.8	290,061	35.2
June - Juin	835,934	100.0	548,803	65.7	287,131	34.3
July - Juillet	757,743	100.0	485,895	64.1	271,848	35.9
August - Août	786,492	100.0	499,216	63.5	287,276	36.5
September - Septembre	848,390	100.0	575,366	67.8	273,024	32.2
October - Octobre	892,549	100.0	591,596	66.3	300,954	33.7
November - Novembre	1,036,498	100.0	686,067	66.2	350,430	33.8
December - Décembre	1,542,685	100.0	972,086	63.0	570,598	37.0
Year - Année	10,218,073	100.0	6,709,088	65.7	3,508,983	34.3
1982:						
January - Janvier	600,051	100.0	404,403	67.4	195,648	32.6
February - Février	578,049	100.0	386,536	66.9	191,513	33.1
March - Mars	694,137	100.0	466,897	67.3	227,240	32.7
April - Avril	788,971	100.0	503,423	63.8	285,547	36.2
May - Mai	813,933	100.0	507,484	62.3	306,449	37.7
June - Juin	790,853	100.0	498,681	63.1	292,172	36.9
July - Juillet	763,949	100.0	477,590	62.5	286,359	37.5
August - Août	775,727	100.0	480,433	61.9	295,295	38.1
September - Septembre	861,179	100.0	583,300	67.7	277,880	32.3
October - Octobre	859,187	100.0	562,793	65.5	296,393	34.5
November - Novembre	1,073,558	100.0	708,645	66.0	364,914	34.0
December - Décembre	1,608,478	100.0	1,009,764	62.8	598,714	37.2
Year - Année	10,208,072	100.0	6,589,949	64.6	3,618,124	35.4
1983:						
January - Janvier	623,426	100.0	416,073	66.7	207,353	33.3
February - Février	604,104	100.0	400,107	66.2	203,997	33.8
March - Mars	787,578	100.0	517,527	65.7	270,051	34.3
April - Avril	775,268	100.0	496,451	64.0	278,817	36.0
May - Mai	840,268	100.0	524,432	62.4	315,835	37.6
June - Juin	920,164	100.0	578,356	62.9	341,809	37.1
July - Juillet	813,792	100.0	510,527	62.7	303,265	37.3
August - Août	850,941	100.0	528,963	62.2	321,978	37.8
September - Septembre	922,067	100.0	609,641	66.1	312,425	33.9
October - Octobre						
November - Novembre						
December - Décembre						
Year - Année						

**TABLE 23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981-1983
September**

**TABLEAU 23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1981-1983
Septembre**

Province and Selected Metropolitan Areas	Distribution			Change 1983/1982
	1981 ^r	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
Province et certaines zones métropolitaines	1981 ^r	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
per cent - pourcentage				
Newfoundland - Terre-Neuve	7.4	6.7	6.6	- 1.5
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	14.6	14.8	14.5	- 2.0
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	8.6	8.7	8.6	- 1.1
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	8.9	8.6	8.5	- 1.2
Québec	7.9	7.5	7.7	+ 2.7
Ontario	11.0	10.3	10.0	- 2.9
Manitoba	14.6	14.5	13.7	- 5.5
Saskatchewan	6.8	7.6	8.3	+ 9.2
Alberta	13.8	14.1	13.9	- 1.4
British Columbia - Colombie-Britannique	15.5	15.8	15.3	- 3.2
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	12.6	11.6	11.4	- 1.7
CANADA	10.9	10.6	10.4	- 1.9
Montréal	10.5	9.3	10.0	+ 7.5
Toronto	12.4	11.8	11.0	- 6.8
Winnipeg	21.3	20.2	18.9	- 6.4
Vancouver	18.4	18.7	18.0	- 3.7

TABLE 24. Department Store Monthly Stocks(1), by Department, Canada, 1982 and 1983

Department	1983							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
	thousands of dollars							
No.	milliers de dollars							
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	36,432	39,827	50,212	59,149	53,684	36,711	42,081	43,457
2 Women's and misses' coats and suits	36,868	41,207	41,457	35,693	24,664	23,800	49,565	57,032
3 Women's and misses' sportswear	107,426	114,463	149,791	170,227	155,028	121,651	131,195	150,347
4 Furs	17,836	15,771	16,471	11,029	16,953	16,502	16,626	19,377
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	58,915	64,568	74,045	83,519	79,876	75,769	92,074	87,362
6 Girls' and teenage girls' wear	31,258	37,273	48,282	47,809	44,476	35,746	51,879	43,511
7 Lingerie and women's sleepwear	39,897	39,099	47,104	51,975	49,709	40,490	42,019	47,418
8 Intimate apparel	33,424	29,920	32,831	37,468	34,662	31,439	33,097	33,009
9 Millinery	2,102	1,866	1,419	2,377	1,272	1,207	2,177	2,271
10 Women's and girls' hosiery	26,254	26,790	31,773	35,437	35,235	33,481	34,379	37,846
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	39,618	39,966	46,630	49,543	44,084	36,338	39,828	43,635
12 Women's, misses' and children's footwear	75,549	81,500	102,693	104,725	104,081	81,416	94,407	100,450
13 Men's clothing	111,702	137,579	160,091	148,765	151,819	134,412	146,171	180,451
14 Men's furnishings	119,180	123,058	135,003	153,735	149,872	125,302	129,761	148,638
15 Boys' clothing and furnishings	37,083	39,551	42,311	44,467	41,278	37,897	56,656	40,952
16 Men's and boys' footwear	62,415	58,203	74,673	73,963	83,261	69,612	75,056	75,370
17 Food and kindred products	38,119	40,249	41,106	44,482	34,242	43,524	40,777	38,548
18 Toiletries, cosmetics and drugs	193,004	149,162	169,033	191,342	172,373	181,084	194,026	194,776
19 Photographic equipment and supplies	55,045	49,854	54,360	57,791	61,072	58,920	62,265	57,702
20 Piece goods	23,618	23,824	30,107	25,966	34,748	25,447	29,677	32,472
21 Linens and domestics	108,506	112,560	113,998	125,286	135,602	119,765	122,715	120,221
22 Smallwares and notions	35,739	35,053	35,812	41,415	41,569	44,135	45,371	43,584
23 China and glassware	84,102	88,609	91,736	84,773	100,191	94,877	95,614	102,860
24 Floor coverings	48,316	46,440	50,642	47,834	53,084	52,260	49,702	47,731
25 Draperies, curtains and furniture coverings	61,298	57,776	68,398	63,753	66,310	64,039	62,464	64,198
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	43,617	44,175	53,031	49,665	59,162	54,666	55,696	60,450
27 Furniture	181,679	165,287	189,195	198,840	205,478	177,372	167,625	160,010
28 Major appliances	55,572	57,648	63,180	69,351	59,243	47,090	47,595	49,861
29 Television, radio and music	134,764	131,777	151,558	159,265	161,893	158,662	155,018	161,955
30 Housewares and small electrical appliances	170,418	162,985	159,781	188,257	177,327	185,823	181,255	189,186
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	112,354	108,723	142,575	125,815	141,078	141,086	134,833	127,013
32 Plumbing, heating and building materials	39,957	34,939	39,448	41,778	39,941	36,465	38,431	38,074
33 Jewellery	117,632	110,023	120,944	120,272	121,509	113,997	116,291	116,363
34 Toys and games	75,546	72,948	82,299	97,260	90,069	95,757	101,149	114,820
35 Sporting goods and luggage	107,199	108,929	129,534	153,593	157,055	141,320	136,862	123,873
36 Stationery, books and magazines	90,122	86,102	87,617	116,391	121,986	125,228	143,469	135,751
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	52,060	50,341	50,900	53,909	53,541	48,817	50,965	52,143
38 Meals and lunches	1,275	1,192	1,450	1,450	1,161	1,355	1,311	1,111
39 Repairs and services	4,872	4,284	4,865	4,625	4,140	4,530	4,588	4,779
40 All other departments	53,646	53,321	65,753	88,638	72,619	63,374	62,179	65,009
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	2,724,419	2,686,842	3,052,108	3,261,632	3,235,347	2,981,366	3,136,849	3,213,616

(1) At selling value.

TABLEAU 24. Stocks(1) mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1983	1982	Change - Variation					Rayon	NO
September	September	October	November	December	September/ August 1983	September 1983/1982		
Septembre	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Septembre/ août 1983	Septembre 1983/1982		
thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
42,922	43,320	54,009	50,828	38,810	- 1.2	- 0.9	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
75,809	68,743	66,218	52,222	40,267	+ 32.9	+ 10.3	formes pour dames et jeunes filles	
166,315	114,010	133,971	138,538	110,563	+ 10.6	+ 45.9	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
27,907	17,588	22,827	20,360	19,452	+ 44.0	+ 58.7	filles	
85,806	70,942	83,526	72,897	69,554	- 1.8	+ 21.0	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
							Fourrures	4
							Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
							de chambres d'enfants	
50,999	51,960	50,778	52,112	34,263	+ 17.2	- 1.8	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
50,855	46,325	59,780	64,918	42,026	+ 7.2	+ 9.8	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
33,859	26,105	33,155	32,173	31,988	+ 2.6	+ 29.7	Sous-vêtements	8
2,969	1,918	3,268	3,766	3,533	+ 30.7	+ 54.8	Chapeaux	9
38,341	26,946	31,556	31,492	29,650	+ 1.3	+ 42.3	Bas pour dames et fillettes	10
52,998	44,167	56,141	59,220	41,659	+ 21.5	+ 20.0	Gants, moufles et articles de parure pour	11
108,426	99,683	109,058	97,074	91,924	+ 7.9	+ 8.8	dames et fillettes	
167,001	161,644	185,614	179,517	161,113	- 7.5	+ 3.3	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
169,971	159,247	193,533	178,826	119,168	+ 14.4	+ 6.7	enfants	
48,649	39,792	49,443	42,803	33,681	+ 18.8	+ 22.3	Vêtements pour hommes	13
							Articles d'habillement pour hommes	14
							Vêtements et articles d'habillement pour	15
							garçons	
80,730	67,074	77,159	75,798	70,433	+ 7.1	+ 20.4	Chaussures pour hommes et garçons	16
34,992	32,626	36,832	44,862	34,859	- 9.2	+ 7.3	Produits alimentaires et connexes	17
187,597	147,765	194,071	215,162	167,598	- 3.7	+ 27.0	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
							caments	
57,571	50,093	67,887	62,550	48,135	- 0.2	+ 14.9	Appareils et fournitures photographiques	19
27,723	23,364	29,943	25,946	28,235	- 14.6	+ 18.7	Tissus à la pièce	20
116,753	84,968	98,419	113,712	121,738	- 2.9	+ 37.4	Literie et linge de maison	21
40,027	35,601	37,288	35,301	45,003	- 8.2	+ 12.4	Menus articles	22
93,763	86,481	91,220	101,865	105,581	- 8.8	+ 8.4	Porcelaine et verrerie	23
41,535	52,400	54,803	48,227	56,021	- 13.0	- 20.7	Revêtements de plancher	24
60,302	56,532	65,384	62,606	67,382	- 6.1	+ 6.7	Tentures, rideaux et housses	25
55,363	48,692	59,624	56,218	45,756	- 8.4	+ 13.7	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
161,878	170,228	189,974	187,000	223,087	+ 1.2	- 4.9	d'ameublement pour la maison	
55,586	56,445	56,357	58,759	63,148	+ 11.5	- 1.5	Meubles	27
164,658	114,122	146,700	154,829	152,008	+ 1.7	+ 44.3	Gros appareils ménagers	28
186,731	134,500	147,675	178,026	153,913	- 1.3	+ 38.8	Télévision, radio et musique	29
							Articles de ménage et petits appareils élec-	30
							triques	
132,803	121,437	140,109	127,397	129,807	+ 4.6	+ 9.4	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
38,421	33,790	34,995	39,477	49,311	+ 0.9	+ 13.7	etc.	
109,423	107,112	135,171	150,622	115,806	- 6.0	+ 2.2	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
138,892	109,355	143,875	117,303	59,061	+ 21.0	+ 27.0	truction	
135,275	119,700	158,309	142,524	121,635	+ 9.2	+ 13.0	Bijouterie	33
							Jouets et jeux	34
							Articles de sport et valises	35
141,007	90,189	105,329	112,896	83,094	+ 3.9	+ 56.3	Papeterie, livres et revues	36
51,959	50,786	56,012	52,276	62,805	- 0.4	+ 2.3	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
							réparation et fournitures	
945	861	817	896	1,008	- 14.9	+ 9.8	Repas et casse-croûtes	38
4,918	4,794	5,080	5,409	4,925	+ 2.9	+ 2.6	Services et travaux de réparation	39
68,761	61,378	75,695	79,189	61,884	+ 5.8	+ 12.0	Tous autres rayons	40
3,310,440	2,832,683	3,341,605	3,325,596	2,939,884	+ 3.0	+ 16.9	TOTAL, TOUS RAYONS	41

1) Valeur de vente.

TABLE 25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983(1)

		1983						
		January	February	March	April	May	June	July
Department		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	41,188	40,919	48,271	46,779	49,034	42,302	44,948
2	Women's and misses' coats and suits	51,920	50,338	49,709	45,984	37,226	35,751	39,223
3	Women's and misses' sportswear	128,912	125,274	146,610	140,711	136,730	132,611	131,569
4	Furs	18,224	17,763	19,730	12,448	18,893	18,268	18,439
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	71,097	74,423	85,443	73,710	78,482	82,101	76,321
6	Girls' and teenage girls' wear	43,119	43,352	51,429	42,964	42,337	40,395	42,075
7	Lingerie and women's sleepwear	49,422	47,001	51,050	47,496	47,003	45,609	45,448
8	Intimate apparel	32,718	31,986	35,155	35,112	33,245	33,795	33,559
9	Millinery	2,347	2,356	2,146	2,661	1,320	1,794	2,908
10	Women's and girls' hosiery	29,350	29,452	32,598	31,977	32,421	34,487	33,209
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	47,052	45,003	48,142	45,604	43,320	42,629	42,474
12	Women's, misses' and children's footwear	92,144	89,992	99,345	88,254	93,485	83,513	93,242
13	Men's clothing	151,274	151,895	171,569	143,937	150,917	156,744	152,754
14	Men's furnishings	143,514	140,972	145,493	141,656	143,198	140,377	130,815
15	Boys' clothing and furnishings	42,754	41,481	47,413	42,901	43,473	43,411	43,401
16	Men's and boys' footwear	75,578	68,576	75,351	66,900	73,061	70,532	72,877
17	Food and kindred products	***	***	***	***	***	***	***
18	Toiletries, cosmetics and drugs	189,619	174,578	188,758	183,142	169,970	186,419	194,467
19	Photographic equipment and supplies	55,614	56,232	64,286	54,606	57,775	64,817	62,575
20	Piece goods	26,095	24,385	29,715	24,410	32,937	25,977	27,957
21	Linens and domestics	114,704	116,166	116,622	113,891	121,330	118,142	125,032
22	Smallwares and notions	39,803	40,576	39,880	38,000	37,580	40,594	40,593
23	China and glassware	94,850	96,714	96,453	86,216	95,189	96,680	96,164
24	Floor coverings	49,883	48,945	53,504	47,376	49,895	49,138	47,851
25	Draperies, curtains and furniture coverings	60,893	59,884	70,820	60,208	63,443	65,733	62,315
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	49,398	49,264	56,876	49,729	53,616	54,323	54,248
27	Furniture	190,432	174,822	195,753	178,665	188,322	179,954	170,706
28	Major appliances	57,173	56,664	64,136	63,740	59,099	51,790	49,521
29	Television, radio and music	143,176	145,912	158,683	147,416	155,144	158,997	159,860
30	Housewares and small electrical appliances	181,014	184,732	166,456	172,893	169,441	184,866	182,150
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	131,975	124,757	151,450	118,774	127,355	134,848	127,581
32	Plumbing, heating and building materials	***	***	***	***	***	***	***
33	Jewellery	129,398	118,199	125,370	111,683	117,289	120,157	120,99
34	Toys and games	88,995	89,707	101,179	96,912	100,161	117,408	114,29
35	Sporting goods and luggage	138,968	132,646	140,783	130,653	134,818	139,685	138,18
36	Stationery, books and magazines	100,605	101,051	101,774	113,122	114,364	123,704	128,02
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	56,573	55,477	57,861	49,971	50,561	52,001	52,14
38	Meals and lunches	***	***	***	***	***	***	***
39	Repairs and services	5,405	5,282	5,942	4,826	4,307	4,673	4,42
40	All other departments	74,267	67,776	63,474	73,294	63,966	63,764	61,34
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,040,777	3,006,135	3,253,500	3,006,794	3,064,526	3,144,395	3,088,54

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1982 et 1983(1)

1983		1982				Change - Variation		Rayon	N°
August ^r	September ^p	September	October	November	December	September/ August 1983			
août ^r	septembre ^p	septembre	octobre	novembre	décembre	septembre/ août 1983			
thousands of dollars						per cent			
milliers de dollars						pourcentage			
49,229	48,742	49,698	45,887	44,435	43,000	- 1.0		Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
43,508	54,918	51,326	42,969	43,029	49,588	+ 26.2		formes pour dames et jeunes filles	
150,033	179,277	126,199	119,758	121,394	135,994	+ 19.5		Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
19,369	24,407	15,280	17,583	16,928	18,011	+ 26.0		filles	
83,807	90,896	73,923	69,912	67,729	76,613	+ 8.5		Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
								Fourrures	4
								Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
								de chambres d'enfants	
40,613	51,014	52,262	42,814	45,226	46,232	+ 25.6		Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
48,584	54,061	49,779	44,138	47,892	52,978	+ 11.3		Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
33,800	40,691	31,195	30,745	27,016	31,652	+ 20.4		Sous-vêtements	8
2,793	3,569	2,330	2,377	2,239	2,327	+ 27.8		Chapeaux	9
34,209	41,513	29,454	29,075	29,227	34,191	+ 21.4		Bas pour dames et fillettes	10
45,178	57,036	48,821	42,232	45,425	49,461	+ 5.3		Gants, moufles et articles de parure pour	11
98,217	118,034	108,197	99,109	97,852	99,145	+ 20.2		dames et fillettes	
155,503	167,840	162,732	145,626	148,826	164,501	+ 7.9		Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
143,741	167,790	159,732	146,048	147,889	156,835	+ 16.7		enfants	
43,436	50,004	40,770	38,205	39,126	41,322	+ 15.1		Vêtements pour hommes	13
								Articles d'habillement pour hommes	14
								Vêtements et articles d'habillement pour	15
								garçons	
73,850	89,780	74,445	64,298	71,807	77,083	+ 21.6		Chaussures pour hommes et garçons	16
213,096	216,076	171,757	154,042	164,851	180,981	+ 1.4		Produits alimentaires et connexes	17
58,946	64,232	56,734	51,393	49,077	55,299	+ 9.0		Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
31,643	31,160	25,822	27,296	25,920	28,293	- 1.5		caments	
								Appareils et fournitures photographiques	19
								Tissus à la pièce	20
130,860	141,279	102,905	94,407	103,756	117,977	+ 8.0		Literie et linge de maison	21
42,290	43,679	39,180	36,014	37,454	44,053	+ 3.3		Menus articles	22
102,383	100,799	93,977	83,876	89,920	94,736	- 1.5		Porcelaine et verrerie	23
46,384	46,455	59,229	52,658	50,595	51,900	+ 0.2		Revêtements de plancher	24
66,734	68,948	66,293	61,412	61,418	63,613	+ 3.3		Tentures, rideaux et housses	25
57,241	58,573	52,213	49,029	49,831	54,430	+ 2.3		Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
170,564	190,490	202,524	189,204	187,444	201,135	+ 11.7		d'ameublement pour la maison	
52,395	65,380	67,370	54,945	53,734	56,357	+ 24.8		Meubles	27
170,573	189,961	131,297	131,298	131,154	144,869	+ 11.4		Gros appareils ménagers	28
194,666	203,810	146,847	128,739	153,799	172,142	+ 4.7		Télévision, radio et musique	29
								Articles de ménage et petits appareils élec-	30
								triques	
120,274	147,101	137,286	125,977	118,978	139,860	+ 22.3		Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
...		etc.	
122,561	125,860	123,943	115,049	120,860	126,772	+ 2.7		Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
106,777	111,417	88,439	83,479	85,915	103,238	+ 4.3		truction	
135,390	144,155	125,853	123,082	126,813	139,118	+ 6.5		Bijouterie	33
								Jouets et jeux	34
								Articles de sport et valises	35
127,840	146,227	93,881	85,544	92,777	101,561	+ 14.4		Papeterie, livres et revues	36
52,692	54,419	53,058	46,334	46,212	66,374	+ 3.3		Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
...		réparation et fournitures	
4,528	4,775	4,600	3,968	4,800	5,487	+ 5.5		Repas et casse-croûtes	38
66,507	74,096	64,393	63,120	67,745	82,731	+ 11.4		Services et travaux de réparation	39
								Tous autres rayons	40
3,255,669	3,598,304	3,083,081	2,804,523	2,915,066	3,156,073	+ 10.5		TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 26. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1982 and 1983

No.	Department	1983						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	4.55	4.03	3.73	3.67	2.73	1.85	3.09
2	Women's and misses' coats and suits	3.44	3.94	2.66	2.51	2.88	3.76	7.99
3	Women's and misses' sportswear	3.82	3.38	3.23	3.74	2.87	2.16	3.10
4	Furs	3.92	5.04	7.54	12.42	63.97	32.55	15.09
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.53	3.97	3.46	4.14	3.82	3.43	4.62
6	Girls' and teenage girls' wear	3.84	3.63	2.70	3.47	3.10	2.43	4.64
7	Lingerie and women's sleepwear	3.91	3.51	3.40	3.63	3.05	2.21	2.78
8	Intimate apparel	4.58	4.33	3.34	3.74	3.42	2.73	3.46
9	Millinery	1.68	1.84	1.42	1.88	1.19	1.05	2.06
10	Women's and girls' hosiery	3.25	3.63	3.12	3.45	3.43	3.58	4.78
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4.68	4.99	3.91	3.95	3.27	2.76	4.03
12	Women's, misses' and children's footwear	5.74	6.26	4.82	4.56	4.33	3.18	5.38
13	Men's clothing	5.39	6.87	4.85	4.90	5.24	3.64	6.02
14	Men's furnishings	5.29	5.46	4.10	4.93	4.23	2.33	3.82
15	Boys' clothing and furnishings	5.75	6.03	3.87	3.84	3.59	3.07	5.83
16	Men's and boys' footwear	7.04	6.44	5.14	5.04	5.41	3.87	5.77
17	Food and kindred products	0.80	0.69	0.73	0.79	0.60	0.84	0.82
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5.17	3.97	3.83	4.43	3.88	4.00	4.50
19	Photographic equipment and supplies	5.94	5.96	5.19	5.63	5.43	4.15	4.67
20	Piece goods	6.83	6.70	6.33	6.30	7.96	5.81	8.10
21	Linens and domestics	3.83	7.01	5.17	5.49	5.78	3.95	4.28
22	Smallwares and notions	3.96	4.95	4.54	5.68	6.45	6.38	6.42
23	China and glassware	11.17	10.51	8.18	9.51	8.23	9.41	9.13
24	Floor coverings	5.14	4.91	3.89	4.12	4.52	4.15	3.57
25	Draperies, curtains and furniture coverings	5.97	5.61	4.93	4.37	4.25	3.82	3.89
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6.46	8.01	6.55	7.01	8.68	7.74	7.33
27	Furniture	4.76	5.46	4.45	5.50	4.48	3.73	2.86
28	Major appliances	1.65	2.08	1.74	2.11	1.51	0.87	0.81
29	Television, radio and music	3.83	4.69	4.00	5.32	5.20	4.93	4.32
30	Housewares and small electrical appliances	6.69	5.58	5.78	6.22	5.61	5.22	5.58
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	6.34	6.63	6.74	5.03	4.14	4.32	5.19
32	Plumbing, heating and building materials	5.54	4.51	4.59	3.88	3.24	2.28	2.86
33	Jewellery	12.26	9.92	7.85	7.70	7.07	6.31	7.92
34	Toys and games	9.39	7.85	6.12	6.70	6.41	6.08	6.19
35	Sporting goods and luggage	5.93	7.51	6.45	6.28	5.31	4.02	4.63
36	Stationery, books and magazines	4.68	4.45	3.52	5.17	5.42	4.99	6.39
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	4.09	4.54	3.37	3.32	2.82	2.40	2.95
38	Meals and lunches	0.07	0.07	0.07	0.07	0.06	0.06	0.06
39	Repairs and services	0.63	0.52	0.48	0.49	0.44	0.44	0.51
40	All other departments	2.61	2.63	2.50	2.78	1.95	1.71	2.10
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.25	4.35	3.81	4.16	3.74	3.16	3.68

TABLEAU 26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1983		1982				Rayon	No
August	September	September	October	November	December		
Août	Septembre	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
2.95	2.91	2.67	3.54	2.80	1.67	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
3.51	4.11	3.90	2.86	2.08	1.82	formes pour dames et jeunes filles	7
3.12	2.60	1.99	3.03	2.68	1.60	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
10.81	10.47	6.58	5.52	3.44	3.09	filles	3
3.52	3.30	2.90	3.34	2.68	1.88	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	4
						Fourrures	5
						Vêtements pour bébés et enfants et articles	
						de chambres d'enfants	
1.94	3.18	2.84	3.39	2.66	1.29	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
3.23	2.86	2.75	3.53	2.59	0.92	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3.22	2.92	2.45	3.72	3.04	2.22	Sous-vêtements	8
2.07	1.87	1.21	1.49	1.07	0.78	Chapeaux	9
5.00	2.93	2.13	2.67	2.41	1.63	Bas pour dames et fillettes	10
4.03	3.16	2.82	3.62	2.64	1.15	Gants, moufles et articles de parure pour	11
4.36	3.50	3.49	4.18	3.13	2.98	dames et fillettes	
6.29	4.22	4.18	5.13	3.55	2.43	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
4.49	4.03	4.00	5.09	3.09	1.08	enfants	
2.16	3.95	3.34	4.28	2.92	1.40	Vêtements pour hommes	13
						Articles d'habillement pour hommes	14
						Vêtements et articles d'habillement pour	15
						garçons	
5.23	4.61	3.91	5.07	3.69	2.90	Chaussures pour hommes et garçons	16
0.69	0.69	0.66	0.67	0.66	0.43	Produits alimentaires et connexes	17
4.21	3.98	3.54	4.22	3.81	1.52	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
						caments	
4.26	4.60	3.93	5.60	4.00	1.48	Appareils et fournitures photographiques	19
7.13	5.86	4.25	5.42	4.67	6.05	lissus à la pièce	20
4.25	3.57	3.00	3.84	4.08	2.77	Literie et linge de maison	21
5.83	3.88	3.36	5.80	3.22	3.57	Menus articles	22
10.46	8.09	6.96	8.48	6.20	3.02	Porcelaine et verrerie	23
3.49	3.27	4.53	3.96	3.42	4.81	Revêtements de plancher	24
4.31	3.83	4.20	4.54	3.84	3.67	Tentures, rideaux et housses	25
7.88	6.32	5.72	6.69	4.42	2.17	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
3.27	3.82	4.44	4.84	4.62	5.30	d'ameublement pour la maison	
1.11	1.25	1.47	1.39	1.37	1.45	Meubles	27
4.33	3.21	2.66	3.89	3.05	1.90	Gros appareils ménagers	28
5.87	5.56	4.21	4.17	4.14	1.93	Télévision, radio et musique	29
						Articles de ménage et petits appareils élec-	30
						triques	
5.73	5.70	5.24	5.03	4.94	3.66	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
3.43	3.62	3.57	3.45	3.82	4.04	etc.	
7.27	5.48	5.01	7.51	5.39	1.76	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
6.98	8.20	8.84	6.91	2.64	0.73	truction	
5.46	6.49	5.10	7.67	5.14	2.39	Bijouterie	33
						Jouets et jeux	34
						Articles de sport et valises	35
4.34	4.52	3.30	4.71	3.43	1.22	Papeterie, livres et revues	36
3.11	3.24	3.33	2.87	2.35	2.77	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
0.05	0.04	0.04	0.04	0.04	0.03	réparation et fournitures	
0.50	0.48	0.65	0.57	0.45	0.37	Repas et casse-croûtes	38
2.39	2.51	2.42	2.79	2.76	1.22	Services et travaux de réparation	39
						Tous autres rayons	40
3.64	3.49	3.23	3.81	3.06	1.80	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 27. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, Canada, 1982 and 1983

No.	Department	1983						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.21	0.26	0.30	0.29	0.35	0.44	0.35
2	Women's and misses' coats and suits	0.28	0.27	0.38	0.37	0.28	0.26	0.17
3	Women's and misses' sportswear	0.26	0.30	0.35	0.28	0.33	0.41	0.33
4	Furs	0.24	0.19	0.14	0.06	0.02	0.03	0.07
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	0.26	0.26	0.31	0.26	0.26	0.28	0.24
6	Girls' and teenage girls' wear	0.25	0.30	0.42	0.29	0.31	0.37	0.26
7	Lingerie and women's sleepwear	0.25	0.28	0.32	0.29	0.32	0.41	0.37
8	Intimate apparel	0.22	0.22	0.31	0.29	0.28	0.35	0.30
9	Millinery	0.44	0.51	0.61	0.67	0.59	0.93	0.62
10	Women's and girls' hosiery	0.29	0.28	0.35	0.31	0.29	0.27	0.21
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.21	0.20	0.28	0.26	0.29	0.33	0.26
12	Women's, misses' and children's footwear	0.16	0.17	0.23	0.22	0.23	0.28	0.20
13	Men's clothing	0.15	0.16	0.22	0.20	0.19	0.26	0.17
14	Men's furnishings	0.19	0.19	0.26	0.22	0.23	0.39	0.27
15	Boys' clothing and furnishings	0.18	0.17	0.27	0.27	0.27	0.31	0.21
16	Men's and boys' footwear	0.13	0.15	0.22	0.20	0.20	0.24	0.18
17	Food and kindred products	1.30	1.48	1.38	1.32	1.45	1.34	1.18
18	Toiletries, cosmetics and drugs	0.21	0.22	0.28	0.24	0.24	0.26	0.23
19	Photographic equipment and supplies	0.18	0.16	0.20	0.18	0.19	0.24	0.22
20	Piece goods	0.13	0.15	0.18	0.15	0.14	0.15	0.13
21	Linens and domestics	0.25	0.15	0.19	0.19	0.18	0.24	0.24
22	Smallwares and notions	0.22	0.20	0.22	0.19	0.16	0.16	0.16
23	China and glassware	0.08	0.10	0.12	0.10	0.13	0.10	0.11
24	Floor coverings	0.18	0.20	0.27	0.24	0.23	0.24	0.27
25	Draperies, curtains and furniture coverings	0.16	0.17	0.22	0.22	0.24	0.26	0.25
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.15	0.13	0.17	0.14	0.13	0.12	0.14
27	Furniture	0.19	0.17	0.24	0.19	0.23	0.25	0.34
28	Major appliances	0.57	0.49	0.60	0.50	0.61	1.01	1.24
29	Television, radio and music	0.24	0.21	0.27	0.19	0.19	0.20	0.23
30	Housewares and small electrical appliances	0.16	0.18	0.17	0.17	0.17	0.20	0.18
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	0.15	0.15	0.17	0.19	0.26	0.23	0.19
32	Plumbing, heating and building materials	0.16	0.21	0.23	0.27	0.30	0.42	0.36
33	Jewellery	0.08	0.10	0.13	0.13	0.14	0.15	0.13
34	Toys and games	0.12	0.13	0.17	0.16	0.15	0.17	0.17
35	Sporting goods and luggage	0.16	0.13	0.17	0.17	0.19	0.24	0.21
36	Stationery, books and magazines	0.22	0.22	0.29	0.22	0.19	0.20	0.17
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.22	0.22	0.30	0.31	0.35	0.40	0.35
38	Meals and lunches	15.77	13.74	15.43	13.42	14.87	16.81	15.38
39	Repairs and services	1.45	1.79	2.21	1.99	2.15	2.38	1.99
40	All other departments	0.35	0.38	0.44	0.41	0.46	0.55	0.47
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.22	0.22	0.27	0.25	0.26	0.30	0.27

TABLEAU 27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1983		1982				Rayon	N°
August	September	September	October	November	December		
Août	Septembre	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
0.34	0.34	0.38	0.31	0.35	0.52	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
0.31	0.28	0.28	0.34	0.42	0.48	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.34	0.40	0.49	0.36	0.38	0.55	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
0.10	0.11	0.15	0.20	0.27	0.32	Fourrures	4
0.28	0.30	0.35	0.32	0.35	0.52	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
0.47	0.34	0.37	0.29	0.38	0.62	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.33	0.36	0.36	0.32	0.40	0.86	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.31	0.35	0.38	0.30	0.32	0.45	Sous-vêtements	8
0.49	0.61	0.87	0.85	1.00	1.24	Chapeaux	9
0.21	0.34	0.44	0.40	0.41	0.59	Bas pour dames et fillettes	10
0.26	0.35	0.36	0.31	0.39	0.72	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
0.24	0.30	0.28	0.25	0.30	0.33	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
0.18	0.23	0.22	0.21	0.28	0.39	Vêtements pour hommes	13
0.24	0.26	0.26	0.22	0.31	0.74	Articles d'habillement pour hommes	14
0.39	0.28	0.31	0.26	0.32	0.63	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.19	0.22	0.24	0.21	0.27	0.33	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.41	1.38	1.61	1.58	1.65	2.04	Produits alimentaires et connexes	17
0.24	0.25	0.28	0.27	0.28	0.58	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
0.23	0.22	0.24	0.21	0.24	0.59	Appareils et fournitures photographiques	19
0.15	0.16	0.21	0.21	0.20	0.17	Tissus à la pièce	20
0.23	0.28	0.33	0.28	0.26	0.37	Literie et linge de maison	21
0.17	0.25	0.29	0.27	0.30	0.31	Menus articles	22
0.10	0.12	0.14	0.12	0.17	0.34	Porcelaine et verrerie	23
0.28	0.28	0.21	0.26	0.27	0.22	Revêtements de plancher	24
0.24	0.25	0.23	0.24	0.26	0.28	Tentures, rideaux et housses	25
0.13	0.15	0.17	0.16	0.22	0.41	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.30	0.26	0.22	0.22	0.21	0.21	Meubles	27
0.92	0.84	0.66	0.72	0.74	0.71	Gros appareils ménagers	28
0.24	0.31	0.36	0.29	0.34	0.52	Télévision, radio et musique	29
0.17	0.18	0.24	0.25	0.26	0.48	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
0.17	0.18	0.18	0.21	0.19	0.28	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.29	0.28	0.28	0.29	0.28	0.28	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
0.14	0.18	0.19	0.15	0.20	0.49	Bijouterie	33
0.15	0.13	0.12	0.16	0.34	0.91	Jouets et jeux	34
0.17	0.16	0.20	0.15	0.18	0.39	Articles de sport et valises	35
0.22	0.23	0.29	0.23	0.30	0.70	Papeterie, livres et revues	36
0.32	0.31	0.30	0.37	0.41	0.39	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
17.72	20.93	26.63	23.92	27.95	34.05	Repas et casse-croûtes	38
2.04	2.10	1.56	1.82	2.27	2.59	Services et travaux de réparation	39
0.43	0.41	0.42	0.40	0.37	0.72	Tous autres rayons	40
0.27	0.28	0.30	0.28	0.32	0.51	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 28. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Unadjusted, Canada, 1981-1983

TABLEAU 28. Montants à recevoir(1), non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983

Month	1981	1982	1983	Change from previous month	Change 1983/1982
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1983/1982
	thousands of dollars			per cent	
	milliers de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,554,350	1,624,889	1,668,020	- 5.0	+ 2.7
February - Février	1,488,706	1,554,529	1,599,438	- 4.1	+ 2.9
March - Mars	1,476,287	1,537,740	1,566,508	- 2.1	+ 1.9
April - Avril	1,483,717	1,536,243	1,583,987	+ 1.1	+ 3.1
May - Mai	1,493,281	1,527,443	1,601,258	+ 1.1	+ 4.8
June - Juin	1,501,535	1,505,203	1,585,200	- 1.0	+ 5.3
July - Juillet	1,523,351	1,477,266	1,553,254	- 2.0	+ 5.1
August - Août	1,512,048	1,476,402	1,541,395	- 0.8 ^F	+ 4.4
September - Septembre	1,537,138	1,536,070	1,594,573	+ 3.4	+ 3.8
October - Octobre	1,550,904	1,554,259			
November - Novembre	1,622,633	1,613,782			
December - Décembre	1,788,145	1,755,331			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 29. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983

TABLEAU 29. Montants à recevoir(1), désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983

Month	1981	1982	1983	Change from previous month	Change 1983/1982
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1983/1982
	millions of dollars			per cent	
	millions de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,470.0	1,538.5	1,576.1	+ 2.5	+ 2.4
February - Février	1,480.0	1,551.8	1,576.4	--	+ 1.6
March - Mars	1,499.0	1,563.8	1,593.1	+ 1.1	+ 1.9
April - Avril	1,515.0	1,566.1	1,614.5	+ 1.3	+ 3.1
May - Mai	1,537.0	1,567.6	1,635.0	+ 1.3	+ 4.3
June - Juin	1,563.0	1,563.0	1,639.0	+ 0.2	+ 4.9
July - Juillet	1,615.0	1,560.6	1,633.3	- 0.3	+ 4.7
August ^F - Août ^F	1,595.0	1,554.2	1,627.0	- 0.4	+ 4.7
September ^P - Septembre ^P	1,581.0	1,569.9	1,629.3	+ 0.1	+ 3.8
October - Octobre	1,565.0	1,566.3			
November - Novembre	1,570.0	1,563.8			
December - Décembre	1,563.0	1,537.8			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

Department Store Sales and
Stocks, MCD, Seasonal
and Trading Day Factors

Ventes et stocks des grands
magasins MDC et coefficients de
corrections des variations
saisonnières et des jours
commerciaux

TABLE 30. Department Store Sales and Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1983

No.	Department	Sales - Combined Seasonal and Trading Day Factors			
		Ventes - Coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux			
		MCD in August	August ^T	September ^P	October ^P
		MDC en août	Août ^T	Septembre ^P	Octobre ^P
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5	94.40	104.17	94.21
2	Women's and misses' coats and suits	8	113.62	124.04	156.21
3	Women's and misses' sportswear	4	96.72	128.15	100.87
4	Furs	12	77.72	96.30	125.60
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	5	107.37	109.98	107.41
6	Girls' and teenage girls' wear	4	143.42	117.02	95.58
7	Lingerie and women's sleepwear	3	75.68	95.76	92.67
8	Intimate apparel	4	100.04	107.34	87.82
9	Millinery	9	61.83	95.17	132.01
10	Women's and girls' hosiery	4	80.79	121.55	110.39
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4	76.42	109.70	105.11
12	Women's, misses' and children's footwear	5	98.44	128.00	116.25
13	Men's clothing	4	84.41	112.13	106.64
14	Men's furnishings	5	75.12	98.05	92.11
15	Boys' clothing and furnishings	5	145.24	105.05	95.72
16	Men's and boys' footwear	6	92.54	117.26	105.92
17	Food and kindred products	4	100.16	90.28	93.22
18	Toiletries, cosmetics and drugs	2	88.67	89.31	92.44
19	Photographic equipment and supplies	4	100.43	93.51	87.86
20	Piece goods	6	97.49	120.88	118.61
21	Linens and domestics	3	99.56	110.75	99.22
22	Smallwares and notions	4	87.35	122.25	113.50
23	China and glassware	5	76.80	97.22	83.00
24	Floor coverings	5	97.08	102.88	113.97
25	Draperies, curtains and furniture coverings	3	97.78	100.54	101.80
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	86.36	95.33	97.80
27	Furniture	4	100.12	103.34	97.22
28	Major appliances	5	97.31	111.14	102.50
29	Television, radio and music	5	88.68	111.82	100.50
30	Housewares and small electrical appliances	3	89.01	91.89	94.70
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	3	89.47	93.30	105.50
32	Plumbing, heating and building materials	6	98.28	100.06	100.20
33	Jewellery	3	78.62	99.96	82.00
34	Toys and games	4	62.07	60.31	100.20
35	Sporting goods and luggage	3	87.40	85.29	77.00
36	Stationery, books and magazines	3	107.14	107.30	85.00
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5	93.79	90.36	111.00
38	Meals and lunches	3	99.29	97.96	97.00
39	Repairs and services	6	88.11	97.03	105.00
40	All other departments	5	89.37	88.18	90.00
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3	93.23	102.51	99.00

TABLEAU 30. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1983

Stocks - Seasonal Factors

Stocks - Coefficients des variations saisonnières

				Rayon	N°
MDC in August	August ^r	September ^p	October		
MDC en août	Août ^r	Septembre ^p	Octobre		
3	88.27	88.06	119.23	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
4	131.08	138.04	151.58	formes pour dames et jeunes filles	2
3	100.21	92.77	111.40	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	3
5	100.04	114.34	128.68	filles	4
4	104.24	94.40	119.60	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	5
				Fourrures	4
				Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
				de chambres d'enfants	
4	107.14	99.97	117.47	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
4	97.60	94.07	134.29	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
4	97.66	83.21	108.26	Sous-vêtements	8
6	81.32	83.20	139.55	Chapeaux	9
4	110.63	92.36	109.11	Bas pour dames et fillettes	10
3	96.58	92.92	131.90	Gants, moufles et articles de parure pour	11
3	102.27	91.86	110.45	dames et fillettes	12
4	116.04	99.50	124.66	Chaussures pour dames, jeunes filles et	13
3	103.41	101.30	132.48	enfants	14
4	94.28	97.29	127.87	Vêtements pour hommes	15
				Articles d'habillement pour hommes	14
				Vêtements et articles d'habillement pour	15
				garçons	
4	102.06	89.92	117.80	Chaussures pour hommes et garçons	16
..	Produits alimentaires et connexes	17
4	91.40	86.82	124.88	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
4	97.89	89.63	130.89	caments	19
5	102.62	88.97	109.19	Appareils et fournitures photographiques	20
3	91.87	82.64	102.07	Tissus à la pièce	21
4	103.06	91.64	102.57	Literie et linge de maison	22
3	100.47	93.02	106.09	Menus articles	23
3	102.90	89.41	103.21	Porcelaine et verrerie	24
3	96.20	87.46	106.71	Revêtements de plancher	25
				Tentures, rideaux et housses	25
4	105.61	94.52	120.97	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
2	93.81	84.98	100.51	d'ameublement pour la maison	27
4	95.16	85.02	101.08	Meubles	28
3	94.95	86.68	111.12	Gros appareils ménagers	29
3	97.18	91.62	112.39	Télévision, radio et musique	30
				Articles de ménage et petits appareils élec-	30
				triques	
3	105.60	90.28	109.57	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
..	etc.	32
3	94.94	86.94	117.22	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	33
4	107.53	124.66	170.73	truction	34
3	91.49	93.84	126.26	Bijouterie	35
				Jouets et jeux	36
3	106.19	96.43	120.78	Articles de sport et valises	37
5	98.96	95.48	122.54	Papeterie, livres et revues	38
..	Essence, huile, accessoires d'automobile,	39
9	105.53	103.00	124.20	réparation et fournitures	40
5	97.75	92.80	117.37	Repas et casse-croûtes	41
				Services et travaux de réparation	42
				Tous autres rayons	43
3	99.64	92.00	119.57	TOTAL, TOUS RAYONS	44

LIST OF DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - LISTE DES ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS

MAJOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS TRADITIONNELS

Ayre's Ltd., Water St., St. John's, Newfoundland
Bowring Bros. Ltd., 281 Water St., St. John's, Newfoundland
Caplan, C., Ltd., 135 Rideau St., Ottawa, Ontario
Eaton, T., Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario
Goudies Ltd., 22 King St. W., Kitchener, Ontario
Holman, R.T., Ltd., Water St., Summerside, Prince Edward Island
Hougens Ltd., 305 Main St., Whitehorse, Yukon
Hubert, Magasin J.O., Ltée, 163-165 rue Principale, Maniwaki, Québec
Hudson's Bay Co., 2 Bloor St. E., Toronto, Ontario
Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd., 4910-50th St., Lloydminster, Saskatchewan
Ogilvy, Charles, Ltd., 126 Rideau St., Ottawa, Ontario
Ogilvy's, James A., Ltd., Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec
Right House, The, Co. Ltd., 35-41 King St. E., Hamilton, Ontario (Closed February 1983 - Fermée février 1983)
Robinson, The G.W., Co. Ltd., 18 James St., Hamilton, Ontario
Simpsons Ltd., 401 Bay St., Toronto, Ontario
Simpson Sears Ltd., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario
Smith & Chapple Ltd., 24 Birch St., Chapleau, Ontario
Woodward Stores (Alta.) Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia
Woodward Stores (B.C.) Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

JUNIOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS POPULAIRES

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario
Sentry Dep't. Stores Ltd., 1650 Avenue Rd., Toronto, Ontario
Steinberg Inc., Miracle Mart Division, 5151 Thimens, St-Laurent, Québec
Towers Department Stores Ltd., 6509 Airport Rd., Mississauga, Ontario
Woolco Department Stores, c/o F.W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario
Zeller's Ltd., 5250 Decarie Blvd., Montréal, Québec

SELECTED PUBLICATIONS

Following are publications of the Merchandising and Services Division in the Retail Trade sector.

Catalogue

63-002 Department Store Sales and Stocks. M. Bil. 36 pp. First Issue, 1938. (ISSN 0380-7045).

Total sales and number of outlets, by province and selected metropolitan area, and sales and inventories by department, Canada.

63-004 Department Store Sales by Regions. Advance Release. M. Bil. 1 pp. First Issue, 1950. (ISSN 0709-8650).

Total sales and percentage changes of sales by region.

63-005 Retail Trade. M. Bil. Approx. 65 pp. First Issue, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total retail sales by province and kind of business, for chain and independent stores; seasonally adjusted sales, Canada.

63-007 New Motor Vehicle Sales. M. Bil. Approx. 15 pp. First Issue, 1932. (ISSN 0705-5595).

Number and value of new passenger cars, trucks and buses sold by province and by origin (Canada and U.S. or imported). Monthly unit sales, by type and origin, seasonally adjusted.

63-014 Merchandising Inventories. M. Bil. 24 pp. First Issue, 1972. (ISSN 0380-7177).

Inventories and stocks/sales ratios, by type of trade for wholesale, by department for department stores, by kind of business for chain stores and independent stores: quarterly percentage changes for independent stores by kind of business.

63-210 Retail Chain and Department stores. A. Bil. Approx. 74 pp. First Issue, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total retail sales by chain and department stores by province, selected localities and kind of business including data on floor area, inventory and accounts receivable.

CHOIX DE PUBLICATIONS

Les publications suivantes se trouvent à la Section du commerce de détail, Division du commerce et des services.

Catalogue

63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M. Bil. 36 pages. Premier numéro, 1938. (ISSN 0380-7045).

Ventes totales et nombre de points de vente par provinces et certaines régions métropolitaines, ventes et stocks par rayon, Canada.

63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M. Bil. 1 page. Premier numéro, 1950. (ISSN 0709-8650).

Variations en pourcentage et ventes par région.

63-005 Commerce de détail. M. Bil. Environ 65 pages. Premier numéro, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total des ventes au détail par province et genre de commerce, pour les magasins à succursales et les magasins indépendants; chiffres désaisonnalisés, Canada.

63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M. Bil. Environ 15 pages. Premier numéro, 1932. (ISSN 0705-5595).

Nombre et valeur des voitures particulières, des camions et des autobus neufs vendus par province et par lieu d'origine (Canada et É.-U. ou importés). Ventes unitaires mensuelles selon le type et l'origine, après désaisonnalisation.

63-014 Stocks commerciaux. M. Bil. 24 pages. Premier numéro, 1972. (ISSN 0380-7177).

Stocks et rapports stocks/ventes, par genre de commerce pour le commerce de gros, par rayon pour les grands magasins et par genre de commerce pour les magasins à succursales et magasins indépendants: variations trimestrielles en pourcentage pour les magasins indépendants suivant le genre de commerce.

63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A. Bil. Environ 74 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total des ventes au détail pour les magasins à succursales et les grands magasins selon la province, certaines agglomérations et le genre de commerce, incluant des données sur la superficie totale, les stocks, et les comptes à recevoir.

Catalogue

- 63-213 Vending Machine Operators. A. Bil. 21 pp. First Issue, 1958. (ISSN 0527-6411).

Sales of merchandise through automatic vending machines, by type of machine and by location, Canada and provinces.

- 63-218 Direct Selling Canada. A. Bil. 14 pp. First Issue, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Sales of various commodities by method of distribution: by personal selling, by mail, from premises, etc.

- 63-219 Campus Book Stores, A. Bil. Approx. 8 pp. First Issue, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Retail sales by type of commodity, employees and payroll, by region or province for academic years.

- 63-224 Market Research Handbook. A. Bil. 700 pp. First Issue, 1975. (ISSN 0590-9325).

The data covers such topics as general economic indicators, population characteristics, personal income and expenditure and household facilities.

- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O. Bil. 695 pp. (ISBN 0-660-506-13-0).

The publication provides revised retail trade estimates for the years 1972 to 1979, both unadjusted and seasonally adjusted and also sections on definitions, concepts, classifications, methodology and data reliability.

- Operating Results - Retail Trades. O. Bil. 29 pp. First Issue, 1974.

The following publications in the Operating Results series contain ratios (percentages of net sales) for: purchases, inventories, cost of goods sold, gross profit, operating expense items and net profit.

- 63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1979

- 63-604 Independent Women's Retail Clothing Stores, 1975

- 63-605 Independent Retail Hardware Stores, 1976

Catalogue

- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A. Bil. 21 pages. Premier numéro, 1958. (ISSN 0527-6411).

Ventes de marchandise par distributeurs automatiques selon le genre de machine et l'emplacement, Canada et provinces.

- 63-218 La vente directe au Canada. A. Bil. 14 pages. Premier numéro, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Ventes de divers produits, par mode de distribution: par démarchage, par la poste, chez le fabricant, etc.

- 63-219 Librairies de campus. A. Bil. Environ 8 pages. Premier numéro, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Ventes au détail par type de produits, ainsi que le nombre d'employés et la paye, par région ou province pour les années scolaires.

- 63-224 Manuel statistique pour études de marché. A. Bil. 700 pages. Premier numéro, 1975. (ISSN 0590-9325).

Les données portent sur des sujets tels que les indicateurs économiques généraux, les caractéristiques de la population, le revenu et les dépenses des particuliers et l'équipement ménager.

- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S. Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0).

Cette publication contient des données brutes et désaisonnalisées, révisées de 1972 à 1979, des sections sur les définitions, les concepts, la classification, la méthodologie et la fiabilité des données.

- Résultats d'exploitation - Commerce de détail H.S. Bil. 29 pages. Premier numéro, 1974.

Les publications suivantes de la série de Résultats de l'exploitation contiennent des ratios (pourcentages des ventes nettes) pour les achats, les stocks, le coût des biens vendus, les bénéfices bruts, les dépenses d'exploitation et les bénéfices nets.

- 63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1979

- 63-604 Magasins indépendants de vente au détail de vêtements pour dames, 1975

- 63-605 Magasins indépendants de vente au détail de quincaillerie, 1976

Catalogue

- 63-606 Retail Shoe Stores, 1977
- 63-607 Retail Drug Stores, 1978
- 63-608 Retail Florists, 1979
- 63-609 Independent Retail Jewellery Stores, 1978
- 63-610 Retail Hardware Stores, 1980
- 63-611 Women's Retail Clothing Stores, 1980
- 63-612 Retail Family Clothing Stores, 1980

M. - Monthly A.- Annual Bil.- Bilingual
O.- Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available free on request from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue

- 63-606 Magasins de vente au détail de chaussures, 1977
- 63-607 Pharmacies au détail, 1978
- 63-608 Magasins de fleuristes, vente au détail, 1979
- 63-609 Magasins indépendants de vente au détail de bijouterie, 1978
- 63-610 Magasins de vente au détail de quincaillerie, 1980
- 63-611 Magasins de vente au détail de vêtements pour dames, 1980
- 63-612 Magasins de vente au détail de vêtements pour la famille, 1980

M. - Mensuel A.- Annuel Bil.- Bilingue
H.S. - Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et social du Canada. On peut se procurer gratuitement un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Department store sales and stocks

October 1983

Ventes et stocks des grands magasins

Octobre 1983



Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Merchandising and Services Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V4 (Telephone: 996-9304) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (992-4734)	Edmonton (420-3027)
Toronto (966-6586)	Vancouver (666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	Zenith 0-7037
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
British Columbia (South and Central)	112-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by NorthwestTel Inc.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories (area served NorthwestTel Inc.)	Zenith 2-2015

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales and Services, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V7.

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section de commerce détail,
Division du commerce et des services,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V4 (téléphone: 996-9304) au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (992-4734)	Edmonton (420-3027)
Toronto (966-6586)	Vancouver (666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	Zénith 0-7037
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
Colombie-Britannique (sud et centrale)	112-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Zénith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Zénith 2-2015

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés, autres librairies locales, par l'entremise des bureaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V7.

Statistics Canada
Merchandising and Services Division
Retail Trade Section

Statistique Canada
Division du commerce et des services
Section du commerce de détail

Department store sales and stocks

October 1983

Ventes et stocks des grands magasins

Octobre 1983

Published under the authority of
the Minister of Supply and
Services Canada

Statistics Canada should be credited when
reproducing or quoting any part of this document

© Minister of Supply
and Services Canada 1984

January 1984
5-3406-503

Price: Canada, \$3.30, \$33.00 a year
Other Countries, \$3.95, \$39.50 a year

Catalogue 63-002, Vol. 48, No. 10

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par
le ministre des Approvisionnements et
Services Canada

Reproduction ou citation autorisée sous réserve
d'indication de la source: Statistique Canada

© Ministre des Approvisionnements
et Services Canada 1984

Janvier 1984
5-3406-503

Prix: Canada, \$3.30, \$33.00 par année
Autres pays, \$3.95, \$39.50 par année

Catalogue 63-002, vol. 48, n° 10

ISSN 0380-7045

Ottawa

SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or, in this publication less than half unit expressed.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the CANSIM staff, Current Economic Analysis Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-995-7406), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

SIGNES CONVENTIONNELS

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou, dans la présente publication, inférieur à la moitié de l'unité exprimée.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux n'correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrice n° 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de support sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel CANSIM, Division de l'analyse de conjoncture, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-995-7406), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

TABLE OF CONTENTS

	Page
Introduction	vii
Definitions	viii
Methodology	ix
Data Reliability	x
Non-sampling Errors	x
Non-sampling Error Measures	xi
Seasonal Adjustment	xiii
Constant Dollar Estimates	xiv
Data Confidentiality	xvi
Explanatory Notes	xvi
Parts	
Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983	xviii
Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983	xviii
Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1981-1983	xix
Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1981-1983	xx
Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1981-1983	xx
Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization	xxi
Highlights	xxiii
Title	
Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983	2

TABLE DES MATIÈRES

	Page
Introduction	vii
Définitions	viii
Méthodologie	ix
Fiabilité des données	x
Erreurs non liées à l'échantillonnage	x
Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage	xi
Désaisonnalisation	xiii
Estimations en dollars constants	xiv
Confidentialité des données	xvi
Notes explicatives	xvi
Graphiques	
1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1981-1983	xviii
2. Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1981-1983	xviii
3. Ventes des grands magasins et commerce de détail Total, par mois, Canada, 1981-1983	xix
4. Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1981-1983	xx
5. Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983	xx
6. Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisation	xxi
Points saillants	xxiii
Tableau	
1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	2

TABLE OF CONTENTS - Continued

TABLES DES MATIÈRES - suite

	Page
Table	
2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983	4
3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983	6
4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	6
5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983	8
6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	8
7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983	10
8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	10
9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983	12
10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	12
11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983	14
12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	14
13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983	16
14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	16
15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983	18
16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983	19

Tableau

2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1982 et 1983
3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1982 et 1983
4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983
5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983
6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983
7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983
8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983
9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1982 et 1983
10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983
11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983
12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983
13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983
14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983
15. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983
16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1982 et 1983

TABLE OF CONTENTS - Concluded

	Page
7. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	19
8. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983	20
9. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	20
10. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983	21
11. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	21
12. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1981-1983	22
13. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981-1983	23
14. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, 1982 and 1983	24
15. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983	26
16. Department Store Monthly Stock-Sales Ratios, by Department, Canada, 1982 and 1983	28
17. Department Store Monthly Sales-Stock Ratios, by Department, 1982 and 1983	30
18. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted, Canada, 1981-1983	32
19. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983	32
20. Department Store Sales and Stocks MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1983	34
21. List of Department Store Organizations	36
22. Selected Publications	37

TABLES DES MATIÈRES - fin

	Page
17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	19
18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983	20
19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	20
20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983	21
21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	21
22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1981-1983	22
23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1981-1983	23
24. Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	24
25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1982 et 1983	26
26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	28
27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	30
28. Montants à recevoir, non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983	32
29. Montants à recevoir, désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983	32
30. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1983	34
Liste des organisations de grands magasins	36
Choix de publications	37

INTRODUCTION

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 census of Merchandising and Services. A "List of Department Store Organizations" can be found at the end of this publication.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store locations of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Merchandising and Services Division, to be utilized. (The census also measures the activities of "establishments", however, this concept is not used in the monthly survey of department stores.) Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. For example, non-department store locations are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure with the catalogue sales activity of department store organizations classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located at department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its leased departments, if any, is considered to be a total unit; that is, it competes in the market place as one structure, rather than as a number of smaller stores.

INTRODUCTION

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971. La "Liste des organisations de grands magasins" est donnée à la fin de cette publication.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division du commerce et des services. (Le recensement mesure également les activités des "établissements", toutefois cette unité d'observation n'est pas utilisée dans l'enquête mensuelle sur les grands magasins.) En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les firmes déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les rayons de concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement unique et non comme un regroupement de petits magasins.

Definitions

Retail Location

A retail location, as defined by Statistics Canada, is a business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public for household or personal consumption.

Department Store

A retail location is defined as a department store outlet if it possesses the following characteristics. It must sell the following general lines of merchandise:

Family clothing and apparel. This commodity group is composed of some or all of the following lines: women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms; women's and misses' coats and suits; women's and misses' sportswear; furs; infants' and children's wear; girls' and teenage wear; lingerie and women's sleepwear; intimate apparel; millinery; women's and girls' hosiery; women's and girls' gloves, mitts and accessories; women's, misses' and children's footwear; men's clothing; men's furnishings; boys' clothing and furnishings; men's and boys' footwear. **Note:** The outlet must sell at least six of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being men's and boys' clothing or furnishings. At least 20% of the outlet's total sales must be derived from the family clothing and apparel group.

Furniture, appliance and home furnishings. This commodity group is composed of some or all of the following lines: linens and domestics; china and glassware; home furnishings; furniture, wooden and upholstered goods for living room, dining room and bedroom; major appliances; television, radio and music; hardware and housewares. **Note:** The outlet must sell at least four of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being furniture (wooden and upholstered goods for dining room and/or living room and/or bedroom). At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the furniture, appliance and home furnishings group.

All other (miscellaneous). This category includes all commodities sold by the outlet but not shown above, such as: toiletries, cosmetics and drugs; photographic equipment and supplies; piece goods; notions and smallwares; jewellery; sporting goods and luggage; stationery, books and magazines; and food. **Note:** The outlet must sell at

Définitions

Point de vente au détail

Suivant la définition de Statistique Canada, un point de vente au détail est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et des services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle.

Grand magasin

Un point de vente au détail est un grand magasin s'il possède les caractéristiques suivantes:

Vêtements pour la famille. Ce groupe comprend les articles suivants: robes pour dames et jeunes filles, robes de ménage, tabliers et uniformes; manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles; vêtements de sport pour dames et jeunes filles; fourrures; vêtements de bébés et d'enfants; vêtements de fillettes et d'adolescentes; lingerie et vêtements de nuit pour dames; sous-vêtements; chapeaux; bas pour dames et fillettes; gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes; chaussures pour dames, jeunes filles et enfants; vêtements pour hommes; article d'habillement pour hommes; vêtements et article d'habillement pour garçons; chaussures pour hommes et garçons. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins six des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être les vêtements ou article d'habillement pour hommes et garçons. Au moins 20% des ventes globales du magasin doivent se faire dans le groupe de vêtements pour la famille.

Meubles, appareils et articles d'ameublement ménager. Ce groupe comprend les articles suivants: literie et linge de maison; porcelaine et verrerie; articles d'ameublement ménager; meubles, de bois ou rembourrés, pour salle de séjour, salle à manger ou chambre à coucher; appareils, télévision, radio et musique; quincaillerie et articles de ménage. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins quatre des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être des meubles (de bois ou rembourrés pour salle à manger et (ou) salle de séjour et (ou) chambre à coucher). Au moins 10 % des ventes globales du magasin doivent provenir du groupe des meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.

Tous autres articles (divers). Cette catégorie comprend toutes les marchandises que tient le magasin, mais qui ne figurent pas ci-dessus, telles que: articles de toilette, cosmétiques, médicaments; appareils et fournitures photographiques; tissus à la pièce; mercerie et menus articles; bijouterie; articles de sport et valises; papeterie, livres et revues; et aliments.

least three different commodity lines with not one of these lines representing more than 50% of the total store sales. At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the all other or miscellaneous groups.

Total net sales and receipts are defined as the total sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, restaurant and other services, less returns, adjustments and discounts. Trade-in allowances are not deducted. Commissions earned from the sales of goods owned by others and proprietors' withdrawals of goods (at retail) for personal use are included. Non-trading revenues, bad debts recovered and direct sales taxes are excluded.

Stocks are defined as the selling value of inventory on hand at the end of the month or as at the end of the fiscal period falling nearest the end of the calendar month.

Accounts receivable are defined as customers' accounts and notes receivable as at the end of the month, as well as all new credit granted during the month, less payments received. Accounts discounted with banks, paper sold to sales finance companies, or amounts owing on account of credit-card plans, are excluded. Accounts receivable used as security for bank loans are not considered as discounted if still payable and are therefore included.

Junior Department Stores are defined as retailing entities which sell the same wide range of goods (see department store definition) that are sold in the more traditional (major) department stores and are popularly described as discount operations.

Methodology

The monthly sales values, published at the Canada, provincial and metropolitan area levels, are based on the universe of department store organizations. A 100% response rate is aimed for each month with the publication usually delayed if large department store organizations have not responded in time. The monthly sales figures are estimated when necessary, due only to late response, by applying an imputation method which is unique to each organization.

The monthly sales values by department, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdown of sales. The percentage

Note: Le magasin doit tenir au moins trois des séries mentionnées ci-dessus, dont aucune ne doit représenter plus de 50% des ventes globales du magasin. Au moins 10% des ventes globales du magasin doivent provenir des groupes tous autres articles ou divers.

Les ventes et recettes nettes totales sont définies comme le total des ventes de marchandises neuves et usagées et des recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres services, moins les rendus, les rajustements et les remises. La valeur des reprises n'est pas déduite. Les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel sont comptées. Les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente directes sont exclus.

Les stocks englobent la valeur marchande des stocks détenus à la fin du mois ou de la période financière la plus rapprochée.

Par comptes à recevoir on entend les comptes et billets à recevoir des clients à la fin du mois, ainsi que de tout nouveau crédit consenti au cours du mois, moins les paiements reçus. Les comptes escomptés à la banque, les titres vendus à des sociétés de financement des ventes et les montants dus en vertu d'un régime de cartes de crédit ne sont pas comptés. Les comptes à recevoir servant à garantir un emprunt bancaire ne sont pas considérés comme étant escomptés s'ils sont encore payables; ils sont donc inclus.

Les grands magasins populaires sont définis comme étant des points de ventes au détail qui offrent la même vaste gamme d'articles (voir la définition d'un grand magasin) que les grands magasins traditionnels et qui sont généralement considérés comme des magasins à prix réduits.

Méthodologie

Le chiffre des ventes mensuelles, publié pour le Canada, les provinces et les régions métropolitaines, est établi en fonction de l'univers des sociétés de grands magasins. Puisque l'on vise chaque mois un taux de réponse de 100%, la publication est habituellement retardée si une grande firme n'a pas fait parvenir sa déclaration dans les délais prévus. Dans le cas d'une réponse tardive, il est possible de calculer un chiffre estimatif des ventes mensuelles grâce à une méthode d'imputation qui est unique à chaque firme.

Le chiffre des ventes mensuelles par rayon publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes. La répartition en pourcentage des ventes

distributions of sales by department, calculated from the reporting organizations, are applied to the monthly Canada sales total in order to provide an estimate of sales by department at the Canada level.

The monthly stock values by department, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdowns of sales and stocks. A stock-to-sales ratio for each department, calculated from the reporting organizations, is applied to the corresponding department's monthly sales estimate in order to provide an estimate of stocks by department at the Canada level.

The monthly accounts receivable values, published at the Canada level, are based on a panel of department store organizations which are known to have accounts receivable. Data for late respondents are estimated by applying the monthly percentage change in accounts receivable, calculated from the reporting organizations, to the previous month's data of each organization that was late in reporting.

Data Reliability

Non-sampling Errors

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the organizations listed at the end of this publication. The survey can be considered as a complete census of the population under consideration and therefore not subject to sampling errors; however, even under a census situation, with a complete enumeration each month of all known department store locations, errors in published data can occur. These errors, called non-sampling errors, are present whether a sample or a complete census of the population is taken and can be attributed to one or more of the following sources:

Coverage error. This error can result from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

Data response error. This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses under different modes of communication.

par rayon obtenues auprès des firmes déclarantes est appliquée au chiffre mensuel des ventes totales pour le pays afin d'établir une estimation des ventes par rayon pour l'ensemble du Canada.

Le chiffre des stocks mensuels par rayon publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes et des stocks. Pour chaque rayon, le rapport des ventes aux stocks (calculé à partir des déclarations des firmes) est appliqué à l'estimation des ventes mensuelles afin de produire une estimation des stocks pour le Canada.

Le chiffre des comptes à recevoir mensuel pour l'ensemble du pays provient des sociétés de grands magasins qui ont de tels comptes. Les données relatives aux enquêtes retardataires sont estimées comme suit: on calcule d'abord la variation en pourcentage des comptes à recevoir des firmes déclarantes, puis on la fait porter sur les chiffres du mois précédent de la firme retardataire.

Fiabilité des données

Erreurs non liées à l'échantillonnage

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins énumérées à la fin de cette publication. Étant donné qu'elle peut être considérée comme un recensement exhaustif de la population observée, elle ne risque pas de comporter des erreurs d'échantillonnage. Par contre, même les données publiées d'un recensement qui dénombre intégralement à chaque mois l'ensemble des points de vente connus des grands magasins peuvent être entachées d'erreurs. Celles-ci, dites non liées à l'échantillonnage, se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

Le champ couvert par l'enquête. L'erreur résulte d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

La réponse. Ici, l'erreur peut être attribuable à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou à des variations, d'un intervieweur à l'autre dans le mode de communication retenu, lorsqu'il s'agit d'expliquer des questions et d'interpréter les réponses.

Non-response error. Some respondents may refuse to answer questions, some are unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally increases with increases in the non-response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

Processing error. These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc.

Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control so that their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates in this publication all attempts have been made to minimize the non-sampling errors: department store locations have been defined in a most precise manner; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations; detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; and every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response burden.

Non-sampling Error Measures

One source of non-sampling error is the non-response error. Text Table I assists users in evaluating this error. Two response measures are derived, namely, the **response rate**, which is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication and the **response fraction**, which is a measure of the response rate, and is the proportion of published data which is based upon actual reported data.

The units used in the Department Store and Stocks Survey for derivation of response rate is based on (1) the survey area - the 10 provinces, the two territories and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations and (2) the organizational unit - the department store firm (company) themselves. For example, a department store firm reporting for 20 stores in Ontario would be considered as one survey

La non-réponse. Certains enquêtés refusent de répondre, tandis que d'autres en sont incapables et encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur les non-répondants, lorsque celles-ci existent. On ne connaît généralement pas l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure qu'augmente le taux de non-réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

Le traitement. L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération et la totalisation.

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. En outre, il faut les cerner de sorte qu'elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. En ce qui concerne les estimations du présent bulletin, tout a été mis en oeuvre afin de minimiser ce genre d'erreurs. Ainsi, les points de vente des grands magasins ont été définis avec beaucoup de précision; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum le nombre d'interprétations éventuelles; les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; enfin, on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage

Parmi les erreurs non liées à l'échantillonnage, on retrouve l'erreur de non-réponse. Le tableau explicatif I donne deux mesures de la réponse qui aideront l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. Le **taux de réponse** représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication. La **fraction de réponse**, par contre, est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés.

Les unités utilisées pour calculer le taux de réponse de l'enquête sur les ventes et les stocks des grands magasins est fondée sur (1) les unités d'enquête - soit les 10 provinces, les deux territoires et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente et (2) les unités organisationnelles - les sociétés des grands magasins elles-mêmes. Par exemple, une société de grands magasins qui produit une déclaration pour 20 magasins en Ontario est considérée comme une unité d'en-

unit and one organizational unit while a firm reporting for five stores in Vancouver, 10 in British Columbia (excluding Vancouver) and two in Yukon would be considered as three survey units but only one organizational unit.

The data variables under consideration for derivation of the **response fraction** are sales, stocks and accounts receivable.

Text Table I gives the reliability of the survey data with respect to the non-response error. The response rate is given as the percentage of survey units and the corresponding organizational units which have responded in time for inclusion in this publication. The response fraction is given as the percentage of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores. For example, a cell of 20 organizational units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25% in terms of these units. If the five units represented \$8 million out of a published estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%. In cases such as these, the response rate alone would tend to underestimate the reliability of the estimate and both measures should be considered.

quête et une unité organisationnelle alors qu'une firme dont la déclaration porte sur cinq magasins à Vancouver, 10 en Colombie-Britannique (sauf Vancouver) et deux au Yukon représente trois unités d'enquête mais seulement une unité organisationnelle.

Les variables dont il faut tenir compte pour calculer la **fraction de réponse** sont les ventes, les stocks et les comptes à recevoir.

Le tableau explicatif I donne la fiabilité des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse. Le taux de réponse représente le pourcentage des unités d'enquête et des unités organisationnelles correspondantes qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans le présent bulletin. Par contre, la fraction de réponse constitue le pourcentage des données publiées qui sont fondées sur des renseignements effectivement déclarés par les grands magasins. Par exemple, le taux de réponse d'une cellule comportant 20 unités organisationnelles dont cinq répondent lors d'un mois donné atteindrait 25%. Cependant, si les cinq unités représentent \$8 millions sur l'estimation publiée de \$10 millions, la fraction de réponse s'élèverait à 80%. Comme le taux de réponse aurait, à lui seul, tendance à déprécier la fiabilité de l'estimation dans un tel cas, il faudrait tenir compte des deux unités de mesure.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1983
October

TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1983
Octobre

	Response rate		Response fraction
	Taux de réponse		Fraction de réponse
	Survey units	Organizational units	
	Unités d'enquête	Unités organisationnelles	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	100.0	100.0	100.0
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	58.3	87.7
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	41.7	62.7
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	100.0	100.0

Seasonal Adjustment

Time series contain the elements essential to the description, explanation and forecasting of the behaviour of an economic phenomenon: "They are statistical records of the evolution of economic processes through time."(1) In using time series to observe economic activity, economists and statisticians have identified four characteristic behavioural components: the long-term movement or trend, the cycle, the seasonal variations and the irregular (fluctuations). These movements are caused by various economic, natural or institutional factors. The seasonal variations occur periodically on a more or less regular basis over the course of the year as a result of seasonal changes in weather, statutory holidays and other events which occur at fairly regular intervals and thus have a major impact on the rate of economic activity.

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X-11-ARIMA seasonal adjustment method(2) to seasonally adjust its time series. This method minimizes the impact of seasonal variations on the series and essentially consists of adding one year of raw data onto each end of the original series before it is seasonally adjusted per se. The estimated data are derived from forecasts and backcasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

The X-11 part of the X-11-ARIMA program uses primarily the ratio-to-moving average method to smooth the modified series and obtain a preliminary estimate of the trend-cycle, to calculate the ratios of the original series (fitted) to the estimates of the trend-cycle and to estimate the seasonal factors from these ratios. The final seasonal factors are produced only after these operations have been repeated several times.(3) These procedures, used to determine the seasonal factors necessary to calculate the final seasonally adjusted data, are, since May 1983, executed every month instead of once a year. This permits

"A Note on the Seasonal Adjustment of Economic Time Series," **Canada Statistical Review**, August 1974.

For further information see the **X-11-ARIMA Seasonal Adjustment Method**, by Estella Bee Dagum, Statistics Canada, Catalogue 12-564E, Occasional.

See next page.

Désaisonnalisation

Les séries temporelles ou chronologiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. "Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps"(1). L'observation par les économistes et les statisticiens de l'activité économique à l'aide des séries temporelles a donc permis de distinguer quatre composantes principales du comportement des séries temporelles: la tendance à long terme ou trend, le mouvement cyclique, les variations saisonnières et les fluctuations irrégulières ou accidentelles. Ces mouvements sont causés par différents facteurs, soit économiques, naturels ou institutionnels. Les variations saisonnières sont les fluctuations périodiques plus ou moins régulières qui se produisent au cours d'une année en raison du cycle météorologique normal, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles avec une certaine régularité pour influencer de façon significative le taux d'activité.

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et de produire une meilleure prédiction, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI(2) afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. Cette technique consiste essentiellement à ajouter une année de données brutes à chacune des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolations prospectives et retrospectives réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressifs à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

La partie X-11 du programme X-11-ARMMI fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série modifiée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, pour calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle et pour estimer les facteurs saisonniers à partir de ces dits rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises(3). Ces étapes déterminant les facteurs saisonniers nécessaires au calcul des données désaisonnalisées finales, sont depuis mai 1983, exécutées à chaque mois au lieu d'une seule fois par an. Il nous est donc possible de mettre

(1) La désaisonnalisation des séries temporelles économiques: quelques remarques; tiré à part de la **Revue statistique du Canada**, Août 1974.

(2) Pour plus ample information voir **La méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI**, par Estella Bee Dagum, Statistique Canada, no. 12-564F au catalogue, hors série.

(3) Voir page suivante.

us to update each month the reference series from which we derive the final estimations of the seasonal factors with the previous month's revised data. However, in order to obtain the preliminary seasonally adjusted value for the current month's sales, a projected seasonal factor is used (derived from previous month's data.)

While seasonal adjustment permits a better understanding of the underlying trend-cycle of a series, the seasonally-adjusted series still contains an irregular component. Slight month-to-month variations in the seasonally adjusted series may be simple irregular movements; to get a better idea of the underlying trend, then, users must examine several months of seasonally adjusted series.

To assist the user, the Months of Cyclical Dominance number, MCD, is provided.⁽³⁾ The MCD is the shortest monthly span for which a certain ratio becomes and remains less than one, that is, the ratio for which the absolute average percentage change of the trend-cycle of the seasonally adjusted series becomes greater than the absolute average percent change of the irregular component. The MCD can be interpreted as the number of months over which a change in the seasonally adjusted series must move in a given direction before one can be reasonably certain that the trend-cycle of that series also has moved in the given direction. Clearly small MCD's are desirable and indicative of a smooth series. Applying a moving average to the seasonally adjusted data of MCD length tends to smooth irregular movements which may obscure the underlying trend-cycle. The MCD moving average provides a method of reducing all types of series to approximately the same degree of smoothness whatever the size of the irregular component in the original series.

Constant Dollar Estimates

To obtain constant dollar estimates of total department store sales (Text Table II), estimates of sales by department group are deflated using department group implicit price indices supplied by the Industry Product Division of Statistics Canada. These deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars. The published price index is an implicit index calculated by dividing the total current dollar sales estimate by the total constant dollar sales estimate.

⁽³⁾ See Tables 30.

à jour mensuellement les séries de référence desquelles on dérive les estimations finales des facteurs saisonniers, en employant les données les plus récentes disponibles. Toutefois, afin d'obtenir la valeur préliminaire des ventes désaisonnalisées pour le mois courant, on utilise une prévision du facteur saisonnier fondée sur les données disponibles le mois précédent.

Bien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent n'être que de simples mouvements irréguliers; pour avoir une meilleure idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

À cette fin, on retient l'usage des mois à dominance cyclique, ou MDC.⁽³⁾ Il s'agit du plus petit nombre de mois pour lesquels un certain rapport devient et reste inférieur à l'unité; autrement dit, il s'agit de la période pendant laquelle le taux de variation moyen absolu de la tendance-cycle de la série désaisonnalisée est supérieur à celui de la composante irrégulière. Le MDC peut être considéré comme le nombre de mois que doit durer une variation de la série désaisonnalisée dans une direction donnée avant qu'on puisse être raisonnablement certain que la tendance-cycle de la série évolue dans la même direction. Ainsi, un MDC peu élevé est souhaitable puisqu'il indique la présence d'une série lisse. L'application d'une moyenne mobile aux données désaisonnalisées de période égale au MDC tend à lisser les mouvements irréguliers pouvant dissimuler la tendance-cycle fondamentale. La méthode de la moyenne mobile du MDC permet de réduire tous les genres de série à peu près au même niveau de lissage, quelle que soit la taille de la composante irrégulière dans la série initiale.

Estimations en dollars constants

Afin d'obtenir la valeur estimative de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants (tableau explicatif II), les estimations des ventes relatives aux principaux groupes de départements sont dégonflées au moyen des indices implicites de prix appropriés fournis par la Division du produit industriel de Statistique Canada. Les estimations de ces groupes de rayons ainsi dégonflées sont par la suite totalisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants. L'indice des prix qui est publié est un indice implicite obtenu en divisant le chiffre estimatif des ventes totales en dollars courants par l'estimation correspondante en dollars constants.

⁽³⁾ Voir les tableaux 30.

EXT TABLE II. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1981-1983

TABLEAU EXPLICATIF II. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1981-1983

Period	Price index	Current dollars unadjusted	Year/year per cent change	Constant 1971 dollars unadjusted	Year/year per cent change
Période	Indice des prix	Dollars courants non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1971 non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année
		'000	%	'000	%
1981:					
January - Janvier	185.2	643,821	+ 14.5	347,636	+ 4.0
February - Février	189.3	568,767	+ 9.1	300,458	- 0.7
March - Mars	190.0	688,718	+ 11.3	362,483	+ 2.0
April - Avril	192.1	793,595	+ 16.0	413,116	+ 6.4
May - Mai	193.5	822,881	+ 7.1	425,261	- 1.0
June - Juin	193.3	835,934	+ 20.8	432,454	+ 12.0
July - Juillet	193.2	757,743	+ 6.8	392,207	- 1.5
August - Août	195.2	786,492	+ 7.5	402,915	- 0.9
September - Septembre	195.7	848,390	+ 5.3	433,516	- 2.6
October - Octobre	198.1	892,549	+ 8.3	450,555	- 0.6
November - Novembre	199.0	1,036,498	+ 4.6	520,853	- 3.1
December - Décembre	198.1	1,542,685	+ 5.8	778,741	- 1.7
Year - Année	194.3	10,218,073	+ 9.1	5,260,195	+ 0.6
1982:					
January - Janvier	198.6	600,051	- 6.8	302,140	- 13.1
February - Février	204.8	578,049	+ 1.6	282,250	- 6.1
March - Mars	204.1	694,137	+ 0.8	340,097	- 6.2
April - Avril	206.4	788,971	- 0.6	382,253	- 7.5
May - Mai	208.5	813,933	- 1.1	390,376	- 8.2
June - Juin	207.4	790,853	- 5.4	381,318	- 11.8
July - Juillet	205.7	763,949	+ 0.8	371,390	- 5.3
August - Août	207.2	775,727	- 1.4	374,386	- 7.1
September - Septembre	205.2	861,179	+ 1.5	419,678	- 3.2
October - Octobre	208.1	859,187	- 3.7	412,872	- 8.4
November - Novembre	208.8	1,073,558	+ 3.6	514,156	- 1.3
December - Décembre	208.4	1,608,478	+ 4.3	771,822	- 0.9
Year - Année	206.5	10,208,072	- 0.1	4,942,738	- 6.0
1983:					
January - Janvier	206.6	623,426	+ 3.9	301,755	- 0.1
February - Février	213.2	604,104	+ 4.5	283,351	+ 0.4
March - Mars	211.9	787,578	+ 13.5	371,674	+ 9.3
April - Avril	215.4	775,268	- 1.7	359,920	- 5.8
May - Mai	215.8	840,268	+ 3.2	389,373	- 0.3
June - Juin	214.9	920,164	+ 16.4	428,182	+ 12.3
July - Juillet	212.9	813,792	+ 6.5	382,241	+ 2.9
August - Août	213.8	850,941	+ 9.7	398,008	+ 6.3
September - Septembre	211.1	922,067	+ 7.1	436,792	+ 4.1
October - Octobre	..	922,014	+ 7.3
November - Novembre					
December - Décembre					
Year - Année					

Data Confidentiality

Statistics Canada is prohibited by law from publishing any statistics which would divulge information relating to any identifiable business without the previous consent in writing of that business(4). The disclosure of data likely to reveal specific information on the activity of a particular company is therefore systematically and rigorously controlled and regulated to prevent the publication or disclosure of any information deemed confidential. The rules regarding the confidentiality of parts of the results of merchandising surveys are therefore applied in such a way that no data are shown for cells (or statistical units) composed of fewer than three companies or of three or more if these are dominated by one or two companies. Then, in the publication itself, the information is withheld on this designated cell by entering an "X" in the appropriate boxes.

Another way of preserving data confidentiality without having to enter an "X" is to combine (consolidate) the information from selected regions (or selected cells) for the same item. The data in question can then simply be aggregated and published in a less detailed, but still confidential, form. For example, in many cases the data for the Northwest Territories and the Yukon are included with the British Columbia data.

The rigorous application of these rules preserves the confidentiality of the information and ultimately has little effect on the dissemination of merchandising survey results.

Explanatory Notes

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios(5) are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

(4) See Section 16 of the Statistics Act (Chapter 15), entitled "Secrecy".

(5) See Table 26.

Confidentialité des données

La loi interdit à Statistique Canada de diffuser au grand public des données qui pourraient servir à identifier une entreprise ou certaines de ses caractéristiques, sans avoir obtenu au préalable l'autorisation écrite de cette dernière(4). Ainsi, le dévoilement de données susceptibles de révéler des renseignements précis sur l'activité d'une entreprise particulière est systématiquement contrôlé suivant des dispositions strictes de telle sorte qu'aucun renseignement jugé secret ne soit publié ou divulgué. L'application des règles sur le caractère secret d'une partie des résultats des enquêtes sur le commerce s'établit donc de manière à ce qu'aucune donnée ne soit révélée pour des cellules (ou unités statistiques) composées de moins de trois compagnies, ou encore de trois ou plus lorsque celles-ci sont dominées par une ou deux compagnies. Par la suite l'information concernant ces cellules est dissimulée en inscrivant un X aux différents postes visés dans la publication.

Une autre façon de préserver le caractère confidentiel de l'information sans pour autant avoir à mettre des "X", consiste à grouper (consolider) pour certaines régions (ou certaines cellules) l'information d'un même poste. Il suffit alors d'agréger les données visées et de les présenter sous une forme moins détaillée mais qui respecte la consigne de confidentialité. Par exemple dans bien des cas, les données relatives aux Territoires du Nord-Ouest et du Yukon sont incluses avec celles de la Colombie-Britannique.

Ainsi, par l'application rigoureuse de ces règles, le caractère privé de l'information est préservé et n'affecte que très marginalement, en fin de compte la diffusion des résultats des enquêtes sur le commerce.

Notes explicatives

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication est fondée sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elle tient compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermés; autrement dit, elle ne se limite pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient les ratios stocks-ventes(5) en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

(4) Voir l'article 16, intitulée Secret, du chapitre 15 de la Loi sur la statistique.

(5) Voir tableau 26.

The sales-stocks ratios(6) are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the January issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks are published yearly in the March issue of this publication. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The number of shopping days that this publication is based on varies from month to month. See Text Table III for the number of shopping days the current publication is based on.

(6) See Table 27.

On obtient les ratios ventes-stocks(6) en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement.

La liste de référence des marchandises, qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de janvier.

Les chiffres révisés des ventes et des stocks des grands magasins sont publiés chaque année dans le numéro de mars du présent bulletin. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Le tableau explicatif III donne le nombre de jours pour la période la plus récente.

(6) Voir tableau 27.

TEXT TABLE III. Number of Shopping Days, by Month, 1982 and 1983

TABLEAU EXPLICATIF III. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1982 et 1983

	1983		1982	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	25	4	25	5
February - Février	24	4	24	4
March - Mars	27	4	27	4
April - Avril	25	5	25	4
May - Mai	25	4	26	5
June - Juin	26	4	26	4
July - Juillet	25	5	26	5
August - Août	26	4	26	4
September - Septembre	25	4	25	4
October - Octobre	25	5	25	5
November - Novembre	26	4	26	4
December - Décembre	26	5	26	3

Chart — 1

Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981 – 1983

Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1981 – 1983

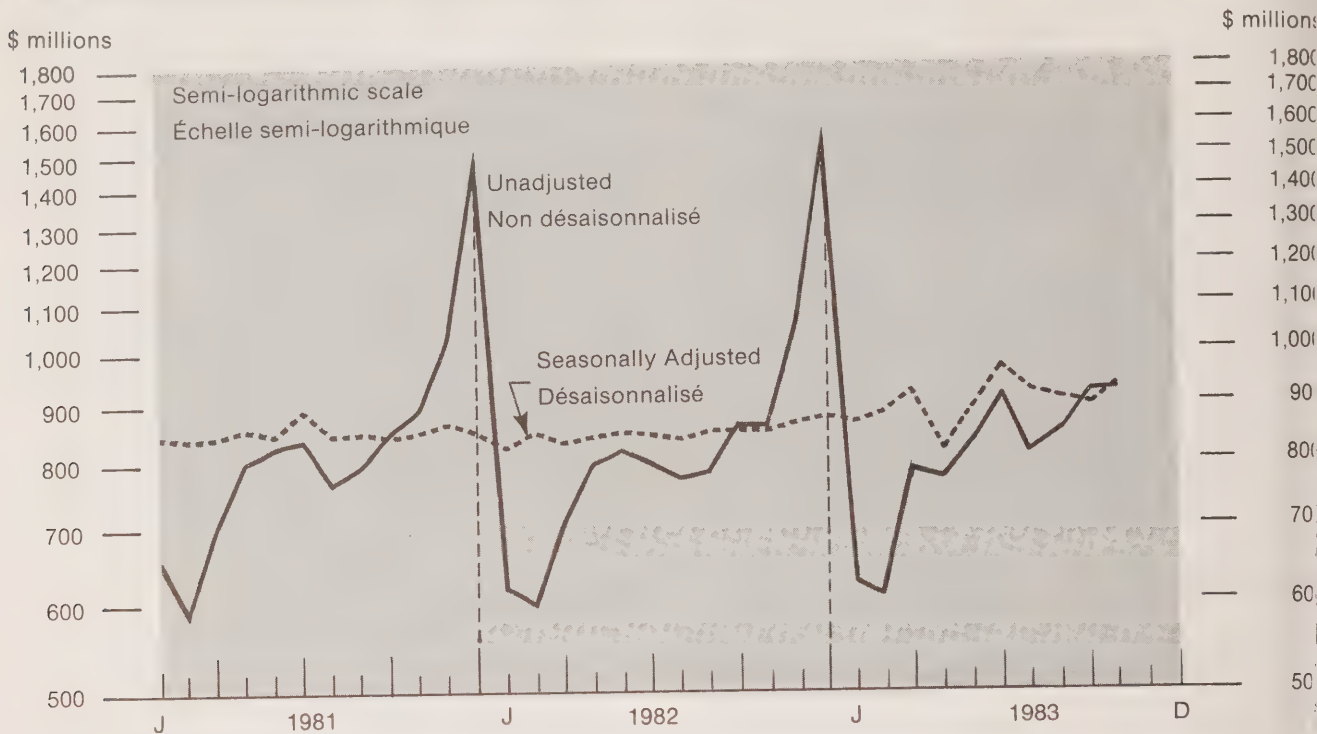


Chart — 2

Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981 – 1983

Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1981 – 1983

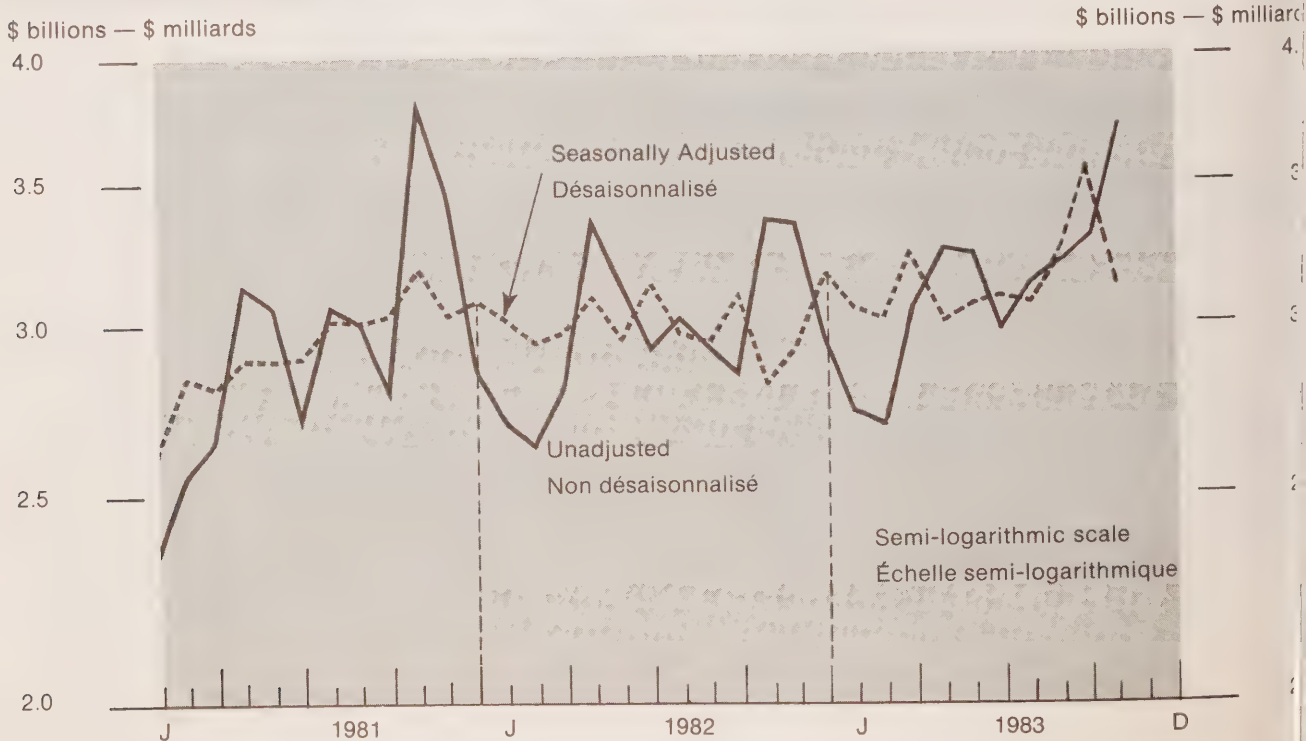


Chart — 3

Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1981 – 1983

Graphique — 3

Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1981 – 1983

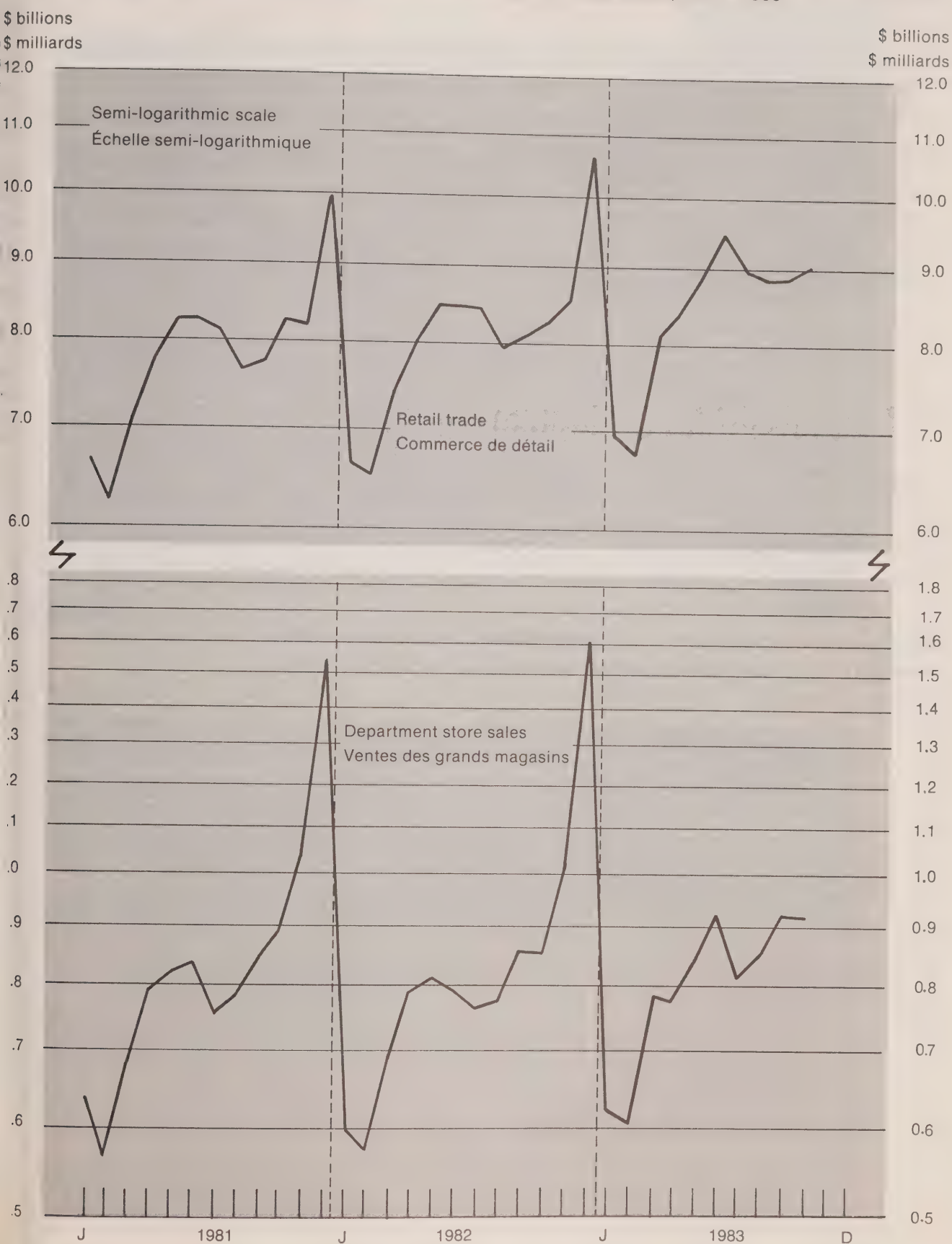


Chart — 4

Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1981 – 1983
 Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1981 – 1983

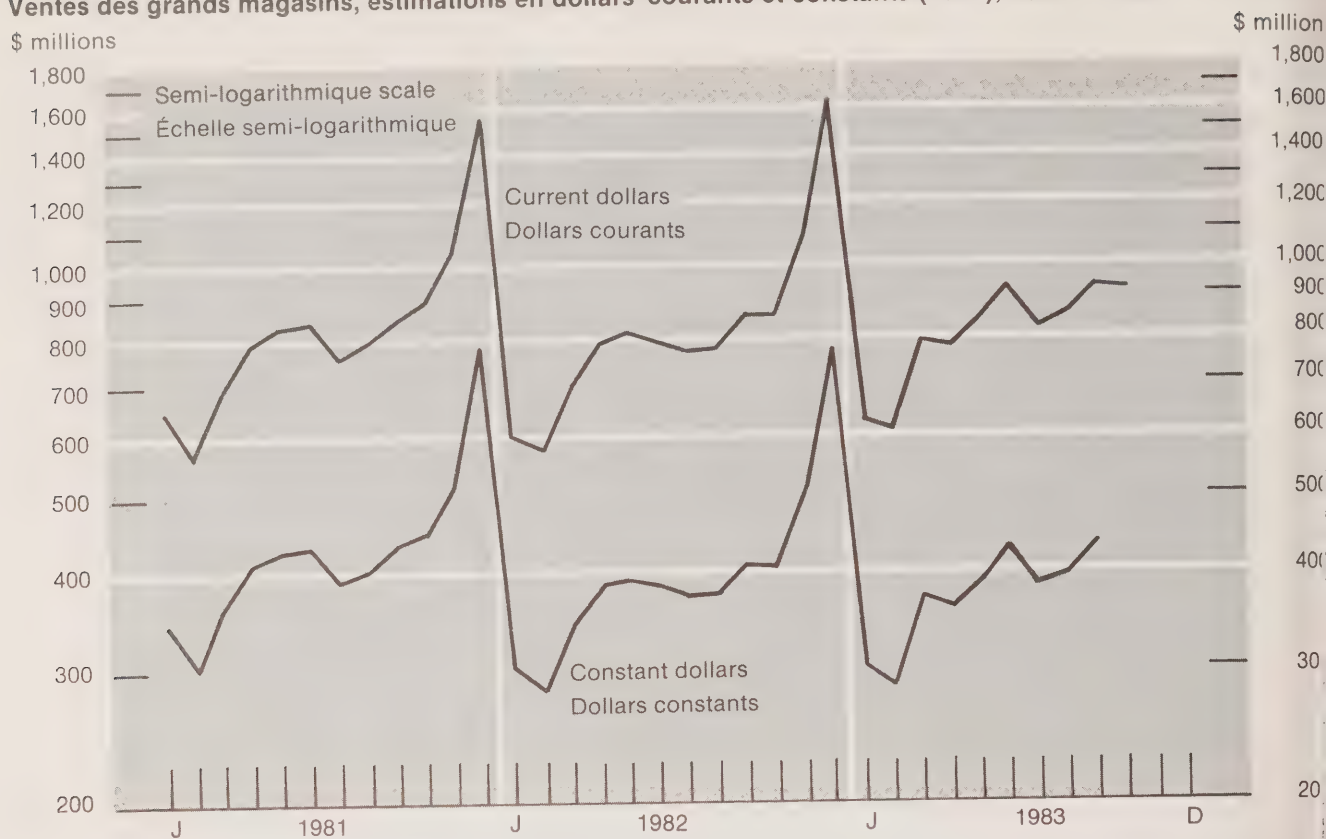
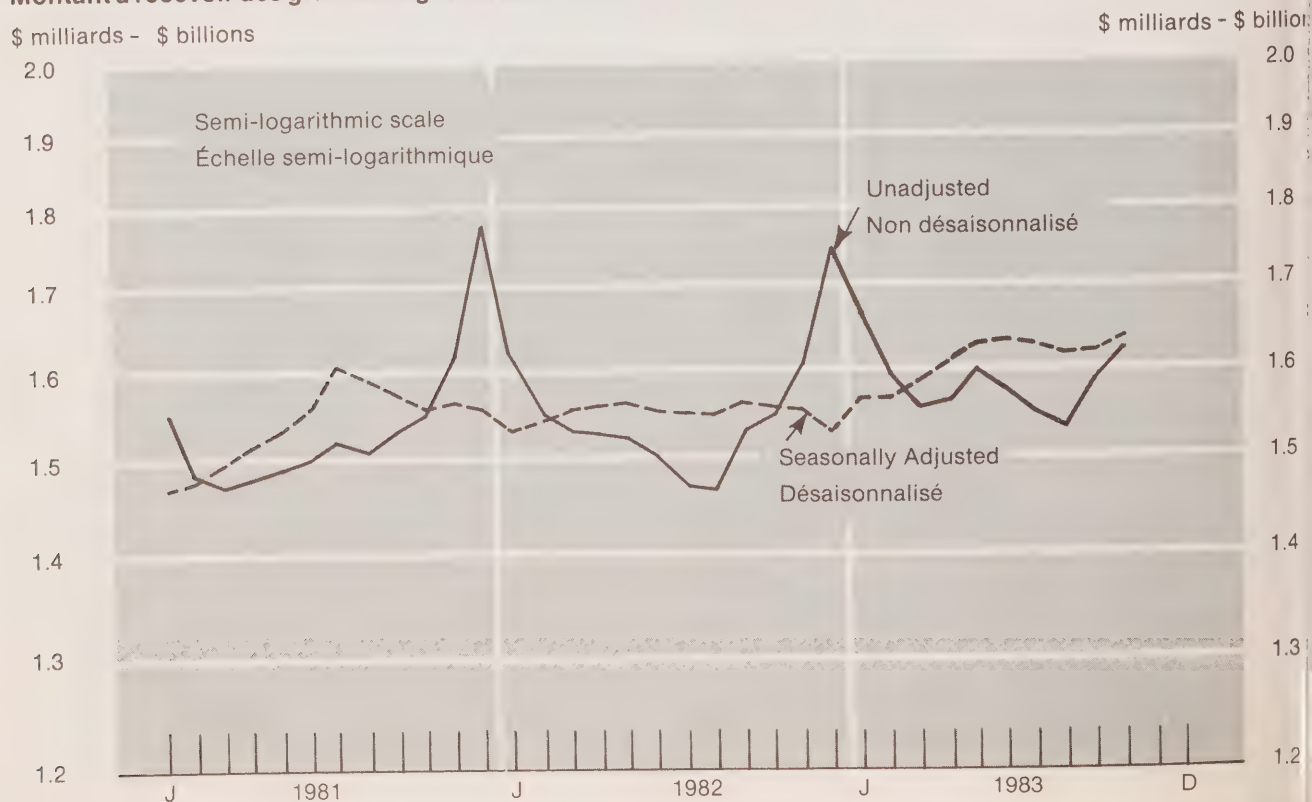
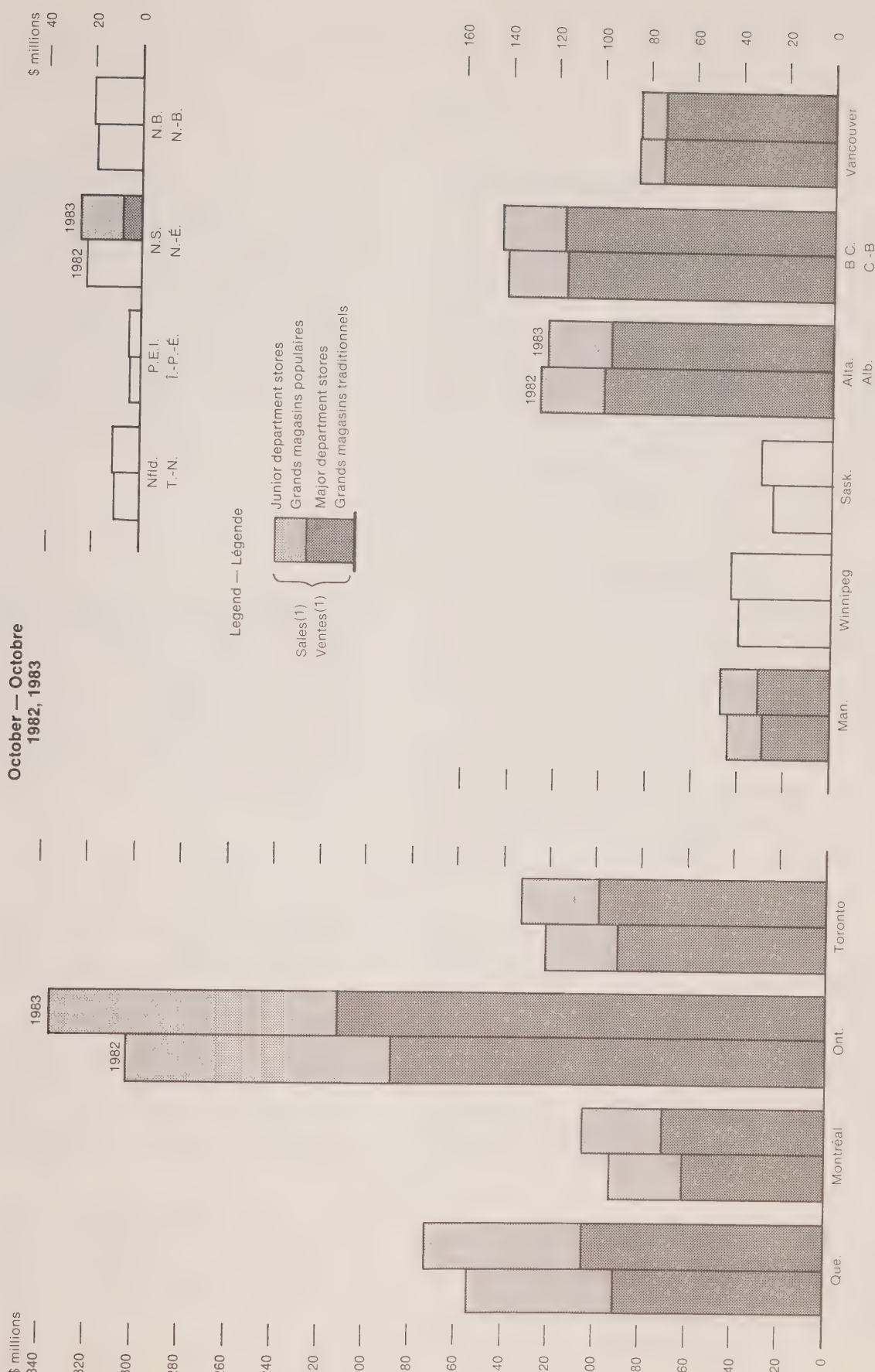


Chart — 5

Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1981 – 1983
 Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981 – 1983



Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisations



(1) For reasons of confidentiality, the split between the two groups (Major-Junior) is not shown for some regions.
(1) Pour des raisons de confidentialité, nous ne montrons pas, pour certaines régions, la subdivision en deux groupes (Traditionnels-Populaires).

HIGHLIGHTS

Seasonally adjusted sales

Total department store sales in October 1983, adjusted for seasonal variations and the number of trading days, increased 2.7% over September 1983 sales to \$931.6 million. On a month to month comparison, the departments recording the highest increases were furs (+ 73.9%), major appliances (+ 17.3%) and girls' and teenage girls' wear (+ 15.8%), while the largest decreases were reported by toys and games (- 5.2%), linens and domestics and hardware, paints, wallpaper, etc. (both - 5.0%).

Unadjusted sales

Unadjusted, department store sales totalled \$922.0 million in October 1983, up 7.3% over October 1982. Sales were higher in 31 of the 40 departments, with the most notable gains in furs (+ 40.3%), toys and games (+ 25.6%) and plumbing, heating and building materials (+ 22.5%), while the largest decreases were recorded by sporting goods and luggage (- 8.5%), piece goods (- 8.4%) and hardware, paints, wallpaper, etc. (- 7.6%).

With the exception of Alberta (- 2.3%) and the Yukon and Northwest Territories (- 6.7%) which had decreased department store sales over last year, the remaining provinces showed sales increases in October 1983 from the same month a year earlier, with advances ranging from 1.2% in British Columbia to 19.6% in Saskatchewan. Seven of the ten metropolitan areas covered by the survey reported sales increases ranging from 1.4% in Winnipeg to 16.8% in Ottawa-Hull while decreases were registered in Calgary (- 5.5%), Edmonton (- 1.1%) and Vancouver (- 0.2%).

Total sales by major department store organizations increased 7.5% from the same month last year to \$605.0 million, while major department store organizations sales registered an increase of 6.9% to \$317.0 million.

POINTS SAILLANTS

Ventes désaisonnalisées

Les ventes des grands magasins en octobre 1983, corrigées en fonction des variations saisonnières et du nombre de journées d'affaire, ont augmenté de 2.7% par rapport à celles de septembre 1983 pour se chiffrer à \$931.6 millions. Sur une base de comparaison mensuelle, on a constaté les accroissements les plus forts pour les rayons de fourrures (+ 73.9%), de gros appareils ménagers (+ 17.3%) et de vêtements de fillettes et d'adolescentes (+ 15.8%), tandis que les baisses les plus notables ont été enregistrées par les rayons de jouets et jeux (- 5.2%) et les rayons de literie et linge de maison et les rayons de quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc. avec une même baisse de - 5.0%.

Ventes non désaisonnalisées

Les ventes des grands magasins, sans ajustements saisonniers, se sont chiffrées à \$922.0 millions en octobre 1983, soit une augmentation de 7.3% par rapport au mois d'octobre 1982. Des 40 rayons pour lesquels on recueille des données, 31 ont enregistré des accroissements des ventes, parmi lesquels les rayons de fourrures (+ 40.3%), de jouets et jeux (+ 25.6%) et du matériel de plomberie, chauffage et construction (+ 22.5%), ont indiqué les hausses de ventes les plus élevées, tandis que les baisses des ventes les plus appréciables ont été signalées par les rayons d'articles de sport et valises (- 8.5%), de tissus à la pièce (- 8.4%) et de quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc. (- 7.6%).

À l'exception de l'Alberta (- 2.3%) et du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest (- 6.7%), toutes les provinces ont enregistré des hausses de leurs ventes en octobre 1983 comparativement à celles d'octobre 1982, ces augmentations variant de 1.2% en Colombie-Britannique à 19.6% en Saskatchewan. Sept des dix régions métropolitaines couvertes par l'enquête ont rapporté des augmentations de ventes. Ces hausses se sont échelonnées de 1.4% à Winnipeg à 16.8% à Ottawa-Hull tandis que les baisses les plus marquées ont été enregistrées pour Calgary (- 5.5%), Edmonton (- 1.1%) et Vancouver (- 0.2%).

Les ventes totales par les organisations de grands magasins traditionnels ont augmenté de 7.5% par rapport au même mois l'an dernier pour s'établir à \$605.0 millions, tandis que les ventes des organisations de grands magasins populaires ont quant à elles augmenté de 6.9% pour se chiffrer à \$317.0 millions.

Cumulative unadjusted sales for all department stores for the first ten months of 1983 reached \$8,059.6 million, 7.1% higher than in the January - October 1982 period.

In October 1983, there were 803 retail locations operated by department store organizations, unchanged from September 1983 but three more locations compared to October 1982. Of this total number, 337 were operated by major department store organizations and 466 by junior department store organizations.

In October 1983, total department store sales constituted 10.2% of all retail sales in Canada, a slight decrease over the 10.4% share held in October 1982.

Stocks

The unadjusted selling value of stocks held in October 1983 at \$3,732.9 million, showed an increase of 11.7% over the same month a year earlier. The value of seasonally adjusted stocks in October 1983 at \$3,123.7 million, was 11.9% lower than in September 1983.

Les ventes cumulatives, sans ajustements, pour l'ensemble des rayons et pour les dix premiers mois de 1983, ont atteint \$8,059.6 millions, soit 7.1% de plus qu'au cours de la période correspondante en 1982.

En octobre 1983, on a dénombré 803 points de vente opérés par les organisations de grands magasins dans leur ensemble, soit le même nombre qu'en septembre 1983 et trois de plus qu'en octobre 1982. De ce nombre, 337 étaient exploités par les organisations des grands magasins traditionnels et 466 par les organisations de grands magasins populaires.

Les ventes totales des grands magasins ont représenté à elles seules 10.2% de l'ensemble des ventes au détail au Canada en octobre 1983, soit un léger recul par rapport au 10.4% mesuré en octobre 1982.

Stocks

La valeur marchande non désaisonnalisée des stocks détenues en octobre 1983, a augmenté de 11.7% par rapport au mois correspondant l'année dernière pour atteindre \$3,732.9 millions. La valeur désaisonnalisée des inventaires a quant à elle enregistré une baisse de 11.9% par rapport au mois précédent et s'est élevée à \$3,123.7 millions.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983

		1983							
		January	February	March	April	May	June	July	August
Department		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.		thousands of dollars							
		milliers de dollars							
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	8,000	9,881	13,471	16,112	19,700	19,845	13,603	14,749
2	Women's and misses' coats and suits	10,723	10,458	15,580	14,203	8,559	6,324	6,200	16,260
3	Women's and misses' sportswear	28,150	33,825	46,361	45,564	53,968	56,195	42,293	48,126
4	Furs	4,549	3,129	2,185	888	265	507	1,102	1,792
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	16,675	16,265	21,393	20,181	20,894	22,096	19,934	24,852
6	Girls' and teenage girls' wear	8,145	10,262	17,871	15,778	14,364	14,684	11,191	22,437
7	Lingerie and women's sleepwear	10,209	11,139	13,859	14,299	16,315	18,332	15,129	14,678
8	Intimate apparel	7,304	6,903	9,839	10,031	10,127	11,519	9,573	10,245
9	Millinery	1,248	1,014	996	1,265	1,068	1,147	1,056	1,099
10	Women's and girls' hosiery	8,084	7,388	10,198	10,279	10,275	9,348	7,186	7,565
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	8,462	8,016	11,913	12,530	13,478	13,170	9,886	10,833
12	Women's, misses' and children's footwear	13,164	13,026	21,320	22,975	24,045	25,623	17,559	23,014
13	Men's clothing	20,728	20,022	33,035	30,355	28,958	36,956	24,291	28,666
14	Men's furnishings	22,542	22,525	32,921	31,197	35,442	53,679	33,979	33,129
15	Boys' clothing and furnishings	6,444	6,563	10,928	11,588	11,500	12,330	9,717	18,925
16	Men's and boys' footwear	8,868	9,036	14,514	14,667	15,377	17,997	13,017	14,406
17	Food and kindred products	47,381	58,103	56,030	56,437	57,065	51,993	49,537	56,098
18	Toiletries, cosmetics and drugs	37,336	37,530	44,134	43,159	44,391	45,218	43,100	46,212
19	Photographic equipment and supplies	9,261	8,365	10,481	10,264	11,237	14,196	13,340	13,553
20	Piece goods	3,456	3,554	4,753	4,123	4,364	4,380	3,662	4,553
21	Linens and domestics	28,304	16,064	22,030	22,807	23,457	30,297	28,701	28,311
22	Smallwares and notions	9,028	7,082	7,891	7,292	6,446	6,917	7,066	7,478
23	China and glassware	7,526	8,433	11,208	8,917	12,170	10,081	10,467	9,831
24	Floor coverings	9,403	9,453	13,007	11,602	11,751	12,583	13,920	13,673
25	Draperies, curtains and furniture coverings	10,267	10,307	13,881	14,587	15,618	16,771	16,049	14,904
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6,757	5,517	8,098	7,082	6,813	7,067	7,599	7,673
27	Furniture	38,133	30,277	42,496	36,181	45,869	47,511	58,663	48,979
28	Major appliances	33,665	27,750	36,223	32,836	39,210	53,928	58,752	44,733
29	Television, radio and music	35,142	28,086	37,902	29,958	31,154	32,163	35,899	37,362
30	Housewares and small electrical appliances	25,485	29,189	27,641	30,264	31,637	35,622	32,479	32,248
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	17,735	16,407	21,138	24,991	34,066	32,643	25,960	22,155
32	Plumbing, heating and building materials	7,215	7,741	8,596	10,769	12,333	15,973	13,417	11,092
33	Jewellery	9,595	11,087	15,406	15,614	17,180	18,072	14,677	16,015
34	Toys and games	8,046	9,298	13,446	14,515	14,056	15,753	16,345	16,442
35	Sporting goods and luggage	18,064	14,512	20,091	24,452	29,577	35,179	29,539	22,668
36	Stationery, books and magazines	19,259	19,368	24,920	22,491	22,491	25,105	22,438	31,265
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	12,734	11,080	15,085	16,239	18,953	20,334	17,292	16,743
38	Meals and lunches	18,021	16,954	20,384	19,454	19,412	21,151	20,508	21,458
39	Repairs and services	7,763	8,193	10,091	9,431	9,417	10,331	9,075	9,560
40	All other departments	20,555	20,302	26,262	31,891	37,266	37,144	29,591	27,159
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	623,426	604,104	787,578	775,268	840,268	920,164	813,792	850,941

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1983		1982			Change - Variation		Rayon	No
September	October	October	November	December	October/ September 1983	October 1983/1982		
Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre	Octobre/ septembre 1983	Octobre 1983/1982		
Thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
14,750	14,240	15,276	18,151	23,253	- 3.5	- 6.8	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
18,437	24,923	23,113	25,071	22,116	+ 35.2	+ 7.8	formes pour dames et jeunes filles	
64,055	52,109	44,244	51,645	69,090	- 18.6	+ 17.8	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
2,665	5,796	4,132	5,917	6,303	+ 117.5	+ 40.3	filles	
25,964	26,090	25,038	27,165	37,027	+ 0.5	+ 4.2	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
							Fournitures	4
							Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
							de chambres d'enfants	
16,027	15,408	14,990	19,628	26,576	- 3.9	+ 2.8	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
17,762	18,495	16,919	25,027	45,884	+ 4.1	+ 9.3	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
11,603	9,635	8,922	10,595	14,406	- 17.0	+ 8.0	Sous-vêtements	8
1,591	2,264	2,193	3,504	4,528	+ 42.3	+ 3.2	Chapeaux	9
13,067	11,908	11,810	13,049	18,176	- 8.9	+ 0.8	Bas pour dames et fillettes	10
16,779	17,485	15,526	22,465	36,331	+ 4.2	+ 12.6	Gants, moufles et articles de parure pour	11
31,020	28,615	26,119	31,052	30,873	- 7.8	+ 9.6	dames et fillettes	
39,583	36,865	36,168	50,614	66,262	- 6.9	+ 1.9	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
42,187	40,665	37,995	57,827	110,234	- 3.6	+ 7.0	enfants	
12,331	11,656	11,555	14,678	24,023	- 5.5	+ 0.9	Vêtements pour hommes	13
							Articles d'habillement pour hommes	14
							Vêtements et articles d'habillement pour	15
							garçons	
17,522	15,923	15,228	20,556	24,274	- 9.1	+ 4.6	Chaussures pour hommes et garçons	16
50,890	55,281	54,758	67,523	81,194	+ 8.6	+ 1.0	Produits alimentaires et connexes	17
47,129	50,547	45,954	56,485	110,167	+ 7.3	+ 10.0	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
							caments	
12,525	11,658	12,113	15,643	32,585	- 6.9	- 3.8	Appareils et fournitures photographiques	19
4,734	5,059	5,524	5,561	4,666	+ 6.9	- 8.4	Tissus à la pièce	20
32,714	27,654	25,651	27,882	43,982	- 15.5	+ 7.8	Literie et linge de maison	21
10,319	9,651	9,814	10,960	12,620	- 6.5	- 1.7	Menus articles	22
11,592	10,668	10,762	16,440	35,009	- 8.0	- 0.9	Porcelaine et verrerie	23
12,713	14,765	13,841	14,117	11,645	+ 16.1	+ 6.7	Revêtements de plancher	24
15,753	15,895	14,406	16,323	18,340	+ 0.9	+ 10.3	Tentures, rideaux et housses	25
8,766	8,887	8,908	12,727	21,127	+ 1.4	- 0.2	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
42,398	44,768	39,213	40,459	42,085	+ 5.6	+ 14.2	d'ameublement pour la maison	
44,435	49,047	40,446	42,784	43,480	+ 10.4	+ 21.3	Meubles	27
51,251	45,553	37,668	50,778	80,007	- 11.1	+ 20.9	Gros appareils ménagers	28
33,608	36,321	35,420	43,025	79,674	+ 8.1	+ 2.5	Télévision, radio et musique	29
							Articles de ménage et petits appareils élec-	30
							triques	
23,291	25,712	27,832	25,786	35,503	+ 10.4	- 7.6	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
10,601	12,422	10,139	10,333	12,214	+ 17.2	+ 22.5	etc.	
19,952	17,133	17,987	27,977	65,752	- 14.1	- 4.7	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
16,929	26,177	20,835	44,461	80,677	+ 54.6	+ 25.6	truction	
20,852	18,865	20,627	27,706	50,879	- 9.5	- 8.5	Bijouterie	33
							Jouets et jeux	34
							Articles de sport et valises	35
31,175	24,377	22,381	32,892	68,147	- 21.8	+ 8.9	Papeterie, livres et revues	36
16,046	19,676	19,495	22,207	22,701	+ 22.6	+ 0.9	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
							réparation et fournitures	
21,511	21,396	20,067	23,939	32,413	- 0.5	+ 6.6	Repas et casse-croûtes	38
10,180	10,860	8,984	11,908	13,405	+ 6.7	+ 20.9	Services et travaux de réparation	39
27,360	27,565	27,134	28,698	50,850	+ 0.7	+ 1.6	Tous autres rayons	40
922,067	922,014	859,187	1,073,558	1,608,478	—	+ 7.3	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

TABLE 2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983(1)

		1983						
		January	February	March	April	May	June	July
Department		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	14,131	15,198	15,564	14,465	15,341	17,661	14,385
2	Women's and misses' coats and suits	14,489	14,848	15,034	14,564	15,895	15,772	14,160
3	Women's and misses' sportswear	47,558	52,614	52,261	44,450	49,066	57,230	48,484
4	Furs	2,844	2,872	2,827	3,273	1,503	2,674	2,150
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	24,337	23,921	24,655	19,822	22,654	24,893	22,976
6	Girls' and teenage girls' wear	16,326	16,585	19,204	13,892	15,509	16,544	14,746
7	Lingerie and women's sleepwear	18,785	18,558	18,861	16,727	17,875	20,383	17,712
8	Intimate apparel	9,707	9,798	10,348	9,423	9,700	10,323	10,071
9	Millinery	1,690	1,781	1,711	1,708	1,733	1,878	1,840
10	Women's and girls' hosiery	10,141	10,280	10,967	9,802	10,764	10,985	10,873
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	14,824	14,328	15,459	14,300	15,167	15,887	15,254
12	Women's, misses' and children's footwear	22,540	23,396	23,283	20,850	22,541	26,635	23,436
13	Men's clothing	33,241	33,802	36,438	33,089	33,197	37,074	34,982
14	Men's furnishings	39,818	41,650	47,138	39,840	44,067	49,718	45,279
15	Boys' clothing and furnishings	12,164	12,228	13,496	11,427	12,983	14,401	13,255
16	Men's and boys' footwear	14,571	15,047	17,403	13,446	15,292	16,902	16,444
17	Food and kindred products	57,024	58,483	61,248	54,986	57,007	57,870	57,933
18	Toiletries, cosmetics and drugs	49,914	49,928	51,807	47,513	50,155	51,168	50,999
19	Photographic equipment and supplies	13,569	14,115	14,264	12,725	13,854	13,666	13,638
20	Piece goods	4,179	4,147	4,287	3,900	4,320	4,828	4,801
21	Linens and domestics	27,485	26,588	28,042	27,397	26,984	29,796	27,984
22	Smallwares and notions	8,512	8,369	8,603	8,081	8,572	8,883	8,822
23	China and glassware	11,784	13,897	14,421	11,345	13,992	12,328	13,296
24	Floor coverings	11,671	11,499	12,990	11,597	11,736	12,364	13,819
25	Draperies, curtains and furniture coverings	13,934	15,198	14,479	13,859	15,062	15,037	14,933
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	9,074	8,578	9,710	8,821	8,752	8,509	8,918
27	Furniture	38,614	39,805	44,010	38,757	42,345	43,453	50,663
28	Major appliances	36,204	38,211	39,775	36,136	40,131	50,389	48,379
29	Television, radio and music	39,857	40,522	43,772	38,215	42,284	40,997	43,298
30	Housewares and small electrical appliances	37,366	39,460	37,807	34,823	34,413	37,978	36,096
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	24,529	24,300	26,413	23,749	27,900	27,633	26,364
32	Plumbing, heating and building materials	10,650	11,064	10,034	9,831	10,105	12,750	11,612
33	Jewellery	21,132	21,124	21,294	20,167	20,542	20,622	20,121
34	Toys and games	23,283	24,034	27,430	21,371	24,208	25,471	25,572
35	Sporting goods and luggage	25,288	25,712	27,677	24,725	25,183	26,786	26,758
36	Stationery, books and magazines	26,292	27,449	33,459	28,557	29,170	29,932	30,037
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	17,265	16,269	17,028	16,714	18,423	19,434	18,035
38	Meals and lunches	21,168	20,986	20,920	20,539	20,944	21,668	21,912
39	Repairs and services	9,267	10,150	10,372	9,692	9,714	10,576	10,605
40	All other departments	29,940	29,600	31,013	29,065	28,760	32,557	31,867
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	865,148	884,731	928,419	821,620	884,672	963,938	928,977

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1982 et 1983(1)

1983			1982			Change - Variation		
August	September ^T	October ^P	October	November	December	October/ September 1983	Rayon	
Août	Septembre ^T	Octobre ^P	Octobre	Novembre	Décembre	Octobre/ septembre 1983		
Thousands of dollars						per cent		NO
milliers de dollars						pourcentage		
15,623	14,407	15,144	16,124	16,607	16,309	+ 5.1	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
14,310	14,852	15,945	13,959	16,531	14,111	+ 7.4	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
49,758	50,292	51,654	43,322	44,475	46,435	+ 2.7	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
2,306	2,658	4,623	3,154	3,153	2,661	+ 73.9	Fourrures	4
23,146	23,657	24,292	22,610	23,068	23,259	+ 2.7	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
15,644	13,988	16,204	15,473	16,227	16,721	+ 15.8	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
19,395	18,572	19,979	18,209	17,777	17,801	+ 7.6	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
10,241	10,649	10,973	9,921	10,509	10,161	+ 3.0	Sous-vêtements	8
1,777	1,706	1,714	1,583	1,701	1,725	+ 0.5	Chapeaux	9
9,364	10,649	10,788	10,474	11,128	10,704	+ 1.3	Bas pour dames et fillettes	10
14,176	15,215	16,646	14,700	14,907	14,783	+ 9.4	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
23,380	24,132	24,617	21,738	24,598	22,882	+ 2.0	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
33,962	35,023	34,592	32,912	35,017	34,576	- 1.2	Vêtements pour hommes	13
44,104	43,627	44,163	39,928	38,775	40,957	+ 1.2	Articles d'habillement pour hommes	14
13,030	12,001	12,250	11,513	12,135	12,112	+ 2.1	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
15,568	15,235	15,033	13,784	16,922	15,159	- 1.3	Chaussures pour hommes et garçons	16
56,009	56,858	59,283	57,463	57,045	57,362	+ 4.3	Produits alimentaires et connexes	17
52,120	52,742	54,699	48,609	48,701	49,362	+ 3.7	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
13,494	13,451	13,278	13,657	13,591	13,602	- 1.3	Appareils et fournitures photographiques	19
4,670	4,032	4,284	4,623	4,591	4,857	+ 6.3	Tissus à la pièce	20
28,437	29,326	27,869	25,598	25,924	26,751	- 5.0	Literie et linge de maison	21
8,561	8,502	8,507	8,576	9,095	8,491	+ 0.1	Menus articles	22
12,800	12,215	12,855	12,778	12,014	12,561	+ 5.2	Porcelaine et verrerie	23
14,084	12,517	12,902	11,843	11,501	11,196	+ 3.1	Revêtements de plancher	24
15,242	15,505	15,579	13,611	14,402	15,668	+ 0.5	Tentures, rideaux et housses	25
8,885	9,140	9,086	9,122	9,163	9,294	- 0.6	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
48,919	41,453	46,238	39,663	38,800	40,930	+ 11.5	Meubles	27
45,970	40,894	47,972	37,364	42,064	38,009	+ 17.3	Gros appareils ménagers	28
42,133	44,820	45,349	36,677	38,252	38,184	+ 1.2	Télévision, radio et musique	29
36,230	36,729	38,362	38,121	34,963	35,896	+ 4.4	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
24,761	25,515	24,241	25,741	25,158	25,164	- 5.0	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
11,286	10,778	12,432	9,142	10,180	12,085	+ 15.3	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
20,370	20,022	20,886	21,690	20,174	21,202	+ 4.3	Bijouterie	33
26,491	27,562	26,117	20,847	18,941	21,254	- 5.2	Jouets et jeux	34
25,935	24,952	24,264	26,240	25,905	26,233	- 2.8	Articles de sport et valises	35
29,181	29,375	28,474	25,839	26,065	28,149	- 3.1	Papeterie, livres et revues	36
17,852	17,856	17,733	16,541	17,430	16,424	- 0.7	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
21,611	21,906	21,884	19,945	21,236	22,091	- 0.1	Repas et casse-croûtes	38
10,850	10,626	10,250	8,301	8,564	10,128	- 3.5	Services et travaux de réparation	39
30,388	31,071	30,556	30,129	29,896	30,492	- 1.7	Tous autres rayons	40
912,760	907,029	931,610	850,418	865,697	876,476	+ 2.7	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983

Province	1983							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	5,973	6,167	9,133	8,381	10,086	10,965	9,703	10,917
2 Prince Edward Island	4,088	3,308	4,039	4,575	4,841	6,087	6,140	6,146
3 Nova Scotia	15,152	14,552	21,368	20,965	24,109	27,180	25,031	27,825
4 New Brunswick	11,285	11,429	15,670	16,565	18,527	20,380	17,746	19,513
5 Quebec	113,689	105,666	137,559	141,986	159,981	165,359	138,487	152,270
6 Ontario	220,389	209,538	273,189	276,641	298,118	337,849	302,457	307,527
7 Manitoba	30,338	30,908	43,142	41,974	42,817	46,237	41,664	42,766
8 Saskatchewan	18,851	18,137	25,262	24,875	24,929	26,867	25,850	28,146
9 Alberta	92,346	92,023	117,900	110,899	117,794	127,481	113,648	117,286
10 British Columbia	109,447	110,510	137,672	126,114	136,788	148,635	130,347	135,896
11 Yukon and Northwest Territories	1,868	1,866	2,645	2,293	2,279	3,125	2,720	2,651
12 CANADA	623,426	604,104	787,578	775,268	840,268	920,164	813,792	850,946

TABLE 4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Calgary	35,506	35,568	45,673	42,727	45,841	48,022	42,971	44,001
2 Edmonton	42,323	41,986	53,130	49,747	53,833	57,902	51,913	53,611
3 Halifax-Dartmouth	8,865	8,301	12,425	12,190	12,990	14,192	13,312	15,211
4 Hamilton	16,494	15,417	20,012	20,178	21,246	23,724	21,954	21,811
5 Montreal	69,878	64,081	81,508	85,084	93,559	97,104	78,786	90,611
6 Ottawa-Hull	27,571	24,135	34,541	32,815	37,530	40,591	35,729	37,311
7 Quebec City	15,486	13,658	19,417	20,538	23,196	23,301	19,919	20,611
8 Toronto	91,876	86,317	110,184	112,661	115,270	131,752	118,249	120,011
9 Vancouver	66,859	67,579	82,773	74,498	80,530	88,441	75,390	78,411
10 Winnipeg	27,586	28,058	39,236	38,113	38,730	41,639	37,562	38,111

TABLEAU 3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1982 et 1983

1983		1982			Change - Variation		Province	No
September	October	October	November	December	October/ September 1983	October 1983/1982		
Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre	Octobre/ septembre 1983	Octobre 1983/1982		
Thousands of dollars - milliers de dollars								
10,984	11,827	11,067	13,775	19,875	+ 7.7	+ 6.9	Terre-Neuve	1
5,537	5,397	5,087	6,019	9,477	- 2.5	+ 6.1	Île-du-Prince-Édouard	2
25,947	26,189	23,885	32,319	51,652	+ 0.9	+ 9.6	Nouvelle-Écosse	3
19,507	20,109	19,217	25,692	36,671	+ 3.1	+ 4.6	Nouveau-Brunswick	4
65,114	173,157	154,748	178,929	280,436	+ 4.9	+ 11.9	Québec	5
24,680	335,918	302,675	387,576	598,421	+ 3.5	+ 11.0	Ontario	6
48,773	47,505	44,257	57,953	80,873	- 2.6	+ 7.3	Manitoba	7
30,972	30,682	25,662	34,468	47,067	- 0.9	+ 19.6	Saskatchewan	8
31,181	124,404	127,275	158,132	218,739	- 5.2	- 2.3	Alberta	9
56,209	143,923	142,202	175,741	260,278	- 7.9	+ 1.2	Colombie-Britannique	10
3,163	2,905	3,112	2,954	4,990	- 8.2	- 6.7	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
2,067	922,014	859,187	1,073,558	1,608,478	--	+ 7.3	CANADA	12

TABLEAU 4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1983		1982			Change - Variation		Certaines zones métropolitaines	No
September	October	October	November	December	October/ September 1983	October 1983/1982		
Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre	Octobre/ septembre 1983	Octobre 1983/1982		
Thousands of dollars - milliers de dollars								
3,187	46,942	49,690	61,436	84,142	- 6.5	- 5.5	Calgary	1
1,701	56,511	57,129	70,906	97,287	- 5.3	- 1.1	Edmonton	2
1,296	14,665	13,419	17,887	27,088	+ 2.6	+ 9.3	Halifax-Dartmouth	3
1,575	25,633	22,156	28,415	46,239	+ 13.5	+ 15.7	Hamilton	4
1,678	104,605	93,741	108,605	171,021	+ 3.9	+ 11.6	Montréal	5
1,665	43,969	37,657	44,801	66,060	+ 8.1	+ 16.8	Ottawa-Hull	6
1,699	24,002	21,461	25,300	36,127	+ 5.7	+ 11.8	Ville de Québec	7
1,998	132,358	121,498	156,241	242,771	+ 1.0	+ 8.9	Toronto	8
1,887	84,868	85,071	105,425	156,081	- 8.6	- 0.2	Vancouver	9
1,404	42,982	40,028	52,572	72,593	- 3.2	+ 7.4	Winnipeg	10

TABLE 5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983

Province	1983							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x	
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x	
3 Nova Scotia	5,561	5,025	6,674	6,827	7,465	7,919	7,803	9,111
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x	
5 Quebec	63,028	59,932	78,757	80,468	89,932	91,110	74,622	84,361
6 Ontario	139,304	130,111	168,840	171,235	177,566	203,562	185,934	184,000
7 Manitoba	20,927	21,103	30,050	27,495	26,790	29,192	26,389	26,841
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x	
9 Alberta	74,681	72,922	92,836	84,401	87,977	97,331	85,779	87,511
10 British Columbia	91,080	91,592	112,768	100,349	108,532	119,978	102,698	107,311
11 Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	x	x	
12 CANADA	416,073	400,107	517,527	496,451	524,432	578,356	510,527	528,911

TABLE 6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Calgary	29,040	28,473	36,678	33,109	35,260	37,388	32,756	34,011
2 Edmonton	35,144	34,295	42,699	38,811	40,806	45,023	40,229	40,311
3 Halifax-Dartmouth	5,252	4,637	7,050	6,827	6,995	7,338	7,231	8,111
4 Hamilton	12,516	11,640	15,106	15,457	16,073	18,812	17,037	16,011
5 Montreal	42,362	41,194	52,817	54,533	59,173	59,345	47,485	57,111
6 Ottawa-Hull	18,458	15,667	23,189	21,054	24,192	25,994	23,823	22,111
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x	x	
8 Toronto	69,002	64,180	81,651	83,485	82,502	94,657	86,545	87,111
9 Vancouver	59,276	60,052	73,075	64,338	69,450	77,713	64,955	67,111
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x	

TABLEAU 5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983

1983		1982			Change - Variation		Province	N ^o
September	October	October	November	December	October/ September 1983	October 1983/1982		
Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre	Octobre/ septembre 1983	Octobre 1983/1982		
thousands of dollars - milliers de dollars								
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
8,579	8,343	x	x	x	- 2.8	x	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
98,478	104,427	90,851	106,753	156,587	+ 6.0	+ 14.9	Québec	5
204,499	212,535	189,082	245,792	355,233	+ 3.9	+ 12.4	Ontario	6
33,877	31,748	29,310	39,694	52,740	- 6.3	+ 8.3	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
101,788	96,307	99,298	124,170	168,176	- 5.4	- 3.0	Alberta	9
127,635	116,838	115,913	143,087	207,619	- 8.5	+ 0.8	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
609,641	605,042	562,793	708,645	1,009,764	- 0.8	+ 7.5	CANADA	12

TABLEAU 6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

[illegible]

TABLE 7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983

Province	1983							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	9,591	9,527	14,694	14,138	16,644	19,260	17,228	18,713
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	50,662	45,734	58,802	61,518	70,049	74,248	63,866	67,903
6 Ontario	81,085	79,427	104,349	105,406	120,552	134,287	116,523	123,519
7 Manitoba	9,411	9,805	13,092	14,479	16,027	17,045	15,275	15,917
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	17,665	19,101	25,064	26,498	29,817	30,151	27,868	29,730
10 British Columbia	18,367	18,918	24,904	25,765	28,256	28,657	27,649	28,506
11 Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	x	x	x
12 CANADA	207,353	203,997	270,051	278,817	315,835	341,809	303,265	321,978

TABLE 8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Calgary	6,466	7,095	8,995	9,617	10,581	10,633	10,216	9,993
2 Edmonton	7,179	7,691	10,431	10,936	13,027	12,879	11,683	13,250
3 Halifax-Dartmouth	3,613	3,664	5,375	5,364	5,995	6,854	6,080	6,635
4 Hamilton	3,978	3,778	4,906	4,721	5,173	4,912	4,917	5,176
5 Montreal	27,516	22,887	28,691	30,551	34,386	37,759	31,301	32,788
6 Ottawa-Hull	9,114	8,467	11,352	11,762	13,338	14,596	11,905	14,481
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x	x	x
8 Toronto	22,873	22,137	28,533	29,176	32,768	37,095	31,705	32,430
9 Vancouver	7,583	7,527	9,698	10,160	11,080	10,728	10,435	10,491
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983

1983	1982				Change - Variation		Province	
September	October	October	November	December	October/ September 1983	October 1983/1982		
Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre	Octobre/ septembre 1983	Octobre 1983/1982		
thousands of dollars - milliers de dollars								N ^o
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
17,368	17,847	x	x	x	+ 2.8	x	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
66,636	68,731	63,898	72,177	123,849	+ 3.1	+ 7.6	Québec	5
120,181	123,383	113,593	141,783	243,188	+ 2.7	+ 8.6	Ontario	6
14,896	15,757	14,947	18,260	28,133	+ 5.8	+ 5.4	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
29,393	28,097	27,977	33,962	50,563	- 4.4	+ 0.4	Alberta	9
28,574	27,084	26,289	32,654	52,659	- 5.2	+ 3.0	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
312,425	316,972	296,393	364,914	598,714	+ 1.5	+ 6.9	CANADA	12

TABLEAU 8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

[illegible]

TABLE 9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983

Province	1983						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	number - nombre						
1 Newfoundland	14	14	14	14	14	14	14
2 Prince Edward Island	7	7	7	7	7	7	7
3 Nova Scotia	32	32	31	31	32	32	32
4 New Brunswick	25	24	25	25	25	25	25
5 Quebec	164	161	161	161	161	161	161
6 Ontario	301	299	300	300	300	300	300
7 Manitoba	38	38	38	38	38	38	38
8 Saskatchewan	29	29	30	30	30	30	30
9 Alberta	84	84	83	83	84	84	84
10 British Columbia	102	101	101	101	101	101	101
11 Yukon and Northwest Territories	7	6	6	6	6	6	6
12 CANADA	803	795	796	796	798	798	798

TABLE 10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	number - nombre						
1 Calgary	27	27	27	27	27	27	27
2 Edmonton	32	32	31	31	32	32	32
3 Halifax-Dartmouth	13	13	13	13	13	13	13
4 Hamilton	24	23	23	23	23	23	23
5 Montreal	80	79	79	79	79	79	79
6 Ottawa-Hull	32	31	32	32	32	32	32
7 Quebec City	19	19	19	19	19	19	19
8 Toronto	88	88	88	88	88	88	88
9 Vancouver	42	41	41	41	41	41	41
10 Winnipeg	30	30	30	30	30	30	30

TABLEAU 9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1982 et 1983

1983		1982				Province	Nº
August	September	October	October	November	December		
août	septembre	octobre	octobre	novembre	décembre		
number - nombre							
14	14	14	14	14	14	Terre-Neuve	1
7	7	7	7	7	7	Île-du-Prince-Édouard	2
32	32	32	32	32	32	Nouvelle-Écosse	3
26	26	26	25	25	25	Nouveau-Brunswick	4
163	163	163	163	164	164	Québec	5
301	301	301	300	301	301	Ontario	6
38	38	38	38	38	38	Manitoba	7
31	31	31	29	29	29	Saskatchewan	8
85	84	84	84	84	84	Alberta	9
101	101	101	101	102	102	Colombie-Britannique	10
6	6	6	7	7	7	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
804	803	803	800	803	803	CANADA	12

TABLEAU 10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1983		1982				Certaines zones métropolitaines	Nº
August	September	October	October	November	December		
août	septembre	octobre	octobre	novembre	décembre		
number - nombre							
	26	26	27	27	27	Calgary	1
	33	33	32	32	32	Edmonton	2
	13	13	13	13	13	Halifax-Dartmouth	3
	23	24	24	24	24	Hamilton	4
	81	80	80	80	80	Montréal	5
	33	33	32	32	32	Ottawa-Hull	6
	19	20	18	19	19	Ville de Québec	7
	88	88	88	88	88	Toronto	8
	41	41	41	42	42	Vancouver	9
	30	30	30	30	30	Winnipeg	10

TABLE 11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983

Province	1983						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	number - nombre						
1 Newfoundland	8	8	8	8	8	8	8
2 Prince Edward Island	3	3	3	3	3	3	3
3 Nova Scotia	6	6	5	5	6	6	6
4 New Brunswick	5	4	4	4	4	4	4
5 Quebec	58	55	54	54	54	54	54
6 Ontario	113	111	112	112	112	112	112
7 Manitoba	18	18	18	18	18	18	18
8 Saskatchewan	15	15	15	15	15	15	15
9 Alberta	51	51	50	50	50	50	50
10 British Columbia	60	60	60	60	60	60	60
11 Yukon and Northwest Territories	6	5	5	5	5	5	5
12 CANADA	343	336	334	334	335	335	335

TABLE 12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	number - nombre						
1 Calgary	15	15	15	15	15	15	15
2 Edmonton	19	19	18	18	18	18	18
3 Halifax-Dartmouth	5	5	5	5	5	5	5
4 Hamilton	15	14	14	14	14	14	14
5 Montreal	31	30	29	29	29	29	29
6 Ottawa-Hull	13	12	13	13	13	13	13
7 Quebec City	7	7	7	7	7	7	7
8 Toronto	40	40	40	40	40	40	40
9 Vancouver	26	26	26	26	26	26	26
10 Winnipeg	13	13	13	13	13	13	13

TABLEAU 11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983

1983		1982				Province	N ^o
August	September	October	October	November	December		
Août	Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
8	8	8	8	8	8	Terre-Neuve	1
3	3	3	3	3	3	Île-du-Prince-Édouard	2
6	6	6	6	6	6	Nouvelle-Écosse	3
4	4	4	5	5	5	Nouveau-Brunswick	4
56	56	56	58	58	58	Québec	5
112	112	112	113	113	113	Ontario	6
18	18	18	18	18	18	Manitoba	7
16	16	16	15	15	15	Saskatchewan	8
50	49	49	51	51	51	Alberta	9
60	60	60	60	60	60	Colombie-Britannique	10
5	5	5	6	6	6	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
338	337	337	343	343	343	CANADA	12

TABLEAU 12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1983		1982				Certaines zones métropolitaines	N ^o
August	September	October	October	November	December		
Août	Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
5	14	14	15	15	15	Calgary	1
8	18	18	19	19	19	Edmonton	2
5	5	5	5	5	5	Halifax-Dartmouth	3
4	14	14	15	15	15	Hamilton	4
1	31	30	31	31	31	Montréal	5
3	13	13	13	13	13	Ottawa-Hull	6
7	7	8	7	7	7	Ville de Québec	7
3	40	40	40	40	40	Toronto	8
5	26	26	26	26	26	Vancouver	9
5	13	13	13	13	13	Winnipeg	10

TABLE 13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983

Province	1983						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	number - nombre						
1 Newfoundland	6	6	6	6	6	6	6
2 Prince Edward Island	4	4	4	4	4	4	4
3 Nova Scotia	26	26	26	26	26	26	26
4 New Brunswick	20	20	21	21	21	21	21
5 Quebec	106	106	107	107	107	107	107
6 Ontario	188	188	188	188	188	188	188
7 Manitoba	20	20	20	20	20	20	20
8 Saskatchewan	14	14	15	15	15	15	15
9 Alberta	33	33	33	33	34	34	34
10 British Columbia	42	41	41	41	41	41	41
11 Yukon and Northwest Territories	1	1	1	1	1	1	1
12 CANADA	460	459	462	462	463	463	463

TABLE 14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	number - nombre						
1 Calgary	12	12	12	12	12	12	12
2 Edmonton	13	13	13	13	14	14	14
3 Halifax-Dartmouth	8	8	8	8	8	8	8
4 Hamilton	9	9	9	9	9	9	9
5 Montreal	49	49	50	50	50	50	50
6 Ottawa-Hull	19	19	19	19	19	19	19
7 Quebec City	12	12	12	12	12	12	12
8 Toronto	48	48	48	48	48	48	48
9 Vancouver	16	15	15	15	15	15	15
10 Winnipeg	17	17	17	17	17	17	17

TABLEAU 13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983

1983		1982				Province	Nº
August Août	September Septembre	October Octobre	October Octobre	November Novembre	December Décembre		
number - nombre							
6	6	6	6	6	6	Terre-Neuve	1
4	4	4	4	4	4	Île-du-Prince-Édouard	2
26	26	26	26	26	26	Nouvelle-Écosse	3
22	22	22	20	20	20	Nouveau-Brunswick	4
107	107	107	105	106	106	Québec	5
189	189	189	187	188	188	Ontario	6
20	20	20	20	20	20	Manitoba	7
15	15	15	14	14	14	Saskatchewan	8
35	35	35	33	33	33	Alberta	9
41	41	41	41	42	42	Colombie-Britannique	10
1	1	1	1	1	1	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
466	466	466	457	460	460	CANADA	12

TABLEAU 14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1983		1982				Certaines zones métropolitaines	Nº
August Août	September Septembre	October Octobre	October Octobre	November Novembre	December Décembre		
number - nombre							
2	12	12	12	12	12	Calgary	1
5	15	15	13	13	13	Edmonton	2
8	8	8	8	8	8	Halifax-Dartmouth	3
9	9	10	9	9	9	Hamilton	4
50	50	50	49	49	49	Montréal	5
20	20	20	19	19	19	Ottawa-Hull	6
12	12	12	11	12	12	Ville de Québec	7
48	48	48	48	48	48	Toronto	8
15	15	15	15	16	16	Vancouver	9
17	17	17	17	17	17	Winnipeg	10

TABLE 15. Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983
January-October

TABEAU 15. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983
Janvier-octobre

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1983/1982
		1982 ^F	1983	Variation 1983/1982
		thousands of dollars		per cent
		milliers de dollars		pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	150,574	144,351	- 4.1
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	126,608	131,667	+ 4.0
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sport pour dames et jeunes filles	422,219	470,646	+ 11.5
4	Furs - Fourrures	22,699	22,878	+ 0.8
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	211,263	214,344	+ 1.5
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes	148,314	144,167	- 2.8
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	140,057	150,217	+ 7.3
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	89,631	96,779	+ 8.0
9	Millinery - Chapeaux	11,949	12,748	+ 6.7
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	90,250	95,298	+ 5.6
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	113,976	122,552	+ 7.5
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	210,339	220,361	+ 4.8
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes	302,569	299,459	- 1.0
14	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	313,957	348,266	+ 10.9
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	104,222	111,982	+ 7.4
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	133,136	141,327	+ 6.2
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	533,864	538,815	+ 0.9
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	395,851	438,756	+ 10.8
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photo- graphiques	114,458	114,880	+ 0.4
20	Piece goods - Tissus à la pièce	45,032	42,638	- 5.3
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison	228,847	260,339	+ 13.8
22	Smallwares and notions - Menus articles	78,464	79,170	+ 0.9
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie	97,090	100,893	+ 3.9
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	112,679	122,870	+ 9.0
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	134,054	144,032	+ 7.4
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	71,967	74,259	+ 3.2
27	Furniture - Meubles	377,803	435,275	+ 15.2
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	346,548	420,579	+ 21.4
29	Television, radio and music - Télévision, radio et musique	302,409	364,470	+ 20.5
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	295,040	314,494	+ 6.6
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	255,253	244,098	- 4.4
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	94,789	110,159	+ 16.2
33	Jewellery - Bijouterie	160,569	154,731	- 3.6
34	Toys and games - Jouets et jeux	121,434	151,007	+ 24.4
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	255,988	233,799	- 8.7
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	211,749	242,889	+ 14.7
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	167,166	164,182	- 1.8
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	194,410	200,249	+ 3.0
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation	72,439	94,901	+ 31.0
40	All other departments - Tous autres rayons	266,370	285,095	+ 7.0
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	7,526,036	8,059,622	+ 7.1

TABLE 16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983
January-October

TABLERAU 16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1982 et 1983
Janvier-octobre

Province	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^F	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	88,538	94,136	+ 6.3
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	44,893	50,158	+ 11.7
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	191,606	228,318	+ 19.2
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	155,954	170,731	+ 9.5
Québec	1,337,119	1,453,268	+ 8.7
Ontario	2,646,754	2,886,306	+ 9.1
Manitoba	395,935	416,119	+ 5.1
Saskatchewan	216,857	254,570	+ 17.4
Alberta	1,127,505	1,144,959	+ 1.5
British Columbia - Colombie-Britannique	1,293,536	1,335,542	+ 3.2
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	27,342	25,523	- 6.6
CANADA	7,526,036	8,059,622	+ 7.1

TABLE 17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983
January-October

TABLERAU 17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines,
1982 et 1983
Janvier-octobre

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^F	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	450,802	437,480	- 3.0
Edmonton	508,411	520,691	+ 2.4
Halifax-Dartmouth	101,480	126,440	+ 24.6
Hamilton	196,916	209,069	+ 6.2
Montréal	804,992	865,920	+ 7.6
Ottawa-Hull	312,779	354,908	+ 13.5
Quebec City - Ville de Québec	181,405	202,915	+ 11.9
Toronto	1,075,124	1,149,699	+ 6.9
Vancouver	778,729	792,232	+ 1.7
Winnipeg	358,855	376,857	+ 5.0

TABLE 18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983
January-October

TABLERAU 18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983
Janvier-octobre

Province	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	x	73,308	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	753,868	825,122	+ 9.5
Ontario	1,616,302	1,777,594	+ 10.0
Manitoba	262,110	274,416	+ 4.7
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	883,501	881,575	- 0.2
British Columbia - Colombie-Britannique	1,054,980	1,078,861	+ 2.3
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	x	x
CANADA	4,871,540	5,187,119	+ 6.5

TABLE 19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983
January-October

TABLERAU 19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983
Janvier-octobre

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	354,785	344,235	- 3.0
Edmonton	410,488	408,595	- 0.5
Halifax-Dartmouth	x	69,648	x
Hamilton	148,835	160,035	+ 7.5
Montréal	513,538	553,124	+ 7.7
Ottawa-Hull	203,126	231,728	+ 14.1
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	794,001	846,244	+ 6.6
Vancouver	684,006	692,855	+ 1.3
Winnipeg	x	x	x

TABLE 20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983
January-October

TABLERAU 20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983
Janvier-octobre

Province	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^F	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	x	155,010	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	583,251	628,149	+ 7.7
Ontario	1,030,452	1,108,712	+ 7.6
Manitoba	133,825	141,704	+ 5.9
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	244,006	263,384	+ 7.9
British Columbia - Colombie-Britannique	238,554	256,680	+ 7.6
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	x	x
CANADA	2,654,496	2,872,502	+ 8.2

TABLE 21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983
January-October

TABLERAU 21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines,
1982 et 1983
Janvier-octobre

Selected metropolitan areas Certaines zones métropolitaines	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^F	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	96,017	93,244	- 2.9
Edmonton	97,926	112,093	+ 14.5
Halifax-Dartmouth	x	56,792	x
Hamilton	48,082	49,034	+ 2.0
Montréal	291,453	312,796	+ 7.3
Ottawa-Hull	109,653	123,179	+ 12.3
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	281,125	303,455	+ 7.9
Vancouver	94,721	99,376	+ 4.9
Winnipeg	x	x	x

TABLE 22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1981-1983

TABLEAU 22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1981-1983

Period Période	Department stores Grands magasins					
			Major Traditionnels		Junior Populaires	
	Total					
	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution
	'000	%	'000	%	'000	%
1981:						
January - Janvier	643,821	100.0	442,269	68.7	201,552	31.3
February - Février	568,767	100.0	381,684	67.1	187,082	32.9
March - Mars	688,718	100.0	471,588	68.5	217,130	31.5
April - Avril	793,595	100.0	521,698	65.7	271,897	34.3
May - Mai	822,881	100.0	532,820	64.8	290,061	35.2
June - Juin	835,934	100.0	548,803	65.7	287,131	34.3
July - Juillet	757,743	100.0	485,895	64.1	271,848	35.9
August - Août	786,492	100.0	499,216	63.5	287,276	36.5
September - Septembre	848,390	100.0	575,366	67.8	273,024	32.2
October - Octobre	892,549	100.0	591,596	66.3	300,954	33.7
November - Novembre	1,036,498	100.0	686,067	66.2	350,430	33.8
December - Décembre	1,542,685	100.0	972,086	63.0	570,598	37.0
Year - Année	10,218,073	100.0	6,709,088	65.7	3,508,983	34.3
1982:						
January - Janvier	600,051	100.0	404,403	67.4	195,648	32.6
February - Février	578,049	100.0	386,536	66.9	191,513	33.1
March - Mars	694,137	100.0	466,897	67.3	227,240	32.7
April - Avril	788,971	100.0	503,423	63.8	285,547	36.2
May - Mai	813,933	100.0	507,484	62.3	306,449	37.7
June - Juin	790,853	100.0	498,681	63.1	292,172	36.9
July - Juillet	763,949	100.0	477,590	62.5	286,359	37.5
August - Août	775,727	100.0	480,433	61.9	295,295	38.1
September - Septembre	861,179	100.0	583,300	67.7	277,880	32.3
October - Octobre	859,187	100.0	562,793	65.5	296,393	34.5
November - Novembre	1,073,558	100.0	708,645	66.0	364,914	34.0
December - Décembre	1,608,478	100.0	1,009,764	62.8	598,714	37.2
Year - Année	10,208,072	100.0	6,589,949	64.6	3,618,124	35.4
1983:						
January - Janvier	623,426	100.0	416,073	66.7	207,353	33.3
February - Février	604,104	100.0	400,107	66.2	203,997	33.8
March - Mars	787,578	100.0	517,527	65.7	270,051	34.3
April - Avril	775,268	100.0	496,451	64.0	278,817	36.0
May - Mai	840,268	100.0	524,432	62.4	315,835	37.6
June - Juin	920,164	100.0	578,356	62.9	341,809	37.1
July - Juillet	813,792	100.0	510,527	62.7	303,265	37.3
August - Août	850,941	100.0	528,963	62.2	321,978	37.8
September - Septembre	922,067	100.0	609,641	66.1	312,425	33.9
October - Octobre	922,014	100.0	605,042	65.6	316,972	34.4
November - Novembre						
December - Décembre						
Year - Année						

TABLE 23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981-1983 October

TABLEAU 23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1981-1983 Octobre

Province and Selected Metropolitan Areas	Distribution			Change 1983/1982
	1981 ^r	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
Province et certaines zones métropolitaines	per cent - pourcentage			
Newfoundland - Terre-Neuve	7.5	7.2	7.0	- 2.8
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	13.4	14.5	14.2	- 2.1
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	8.7	9.0	8.6	- 4.4
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	9.3	8.9	8.7	- 2.2
Québec	8.1	7.8	7.9	+ 1.3
Ontario	10.5	10.0	10.0	-
Manitoba	14.2	13.5	13.1	- 3.0
Saskatchewan	7.1	7.4	8.3	+ 12.2
Alberta	14.3	13.7	13.2	- 3.6
British Columbia - Colombie-Britannique	14.9	14.8	14.3	- 3.4
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	12.3	12.8	11.5	- 10.2
CANADA	10.8	10.4	10.2	- 1.9
Montréal	10.4	9.5	10.3	+ 8.4
Toronto	11.4	11.1	10.6	- 4.5
Winnipeg	20.0	18.6	17.9	- 3.8
Vancouver	17.5	17.3	16.5	- 4.6

TABLE 24. Department Store Monthly Stocks(1), by Department, Canada, 1982 and 1983

No.	Department	1983							
		January	February	March	April	May	June	July	August
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
		thousands of dollars milliers de dollars							
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	36,432	39,827	50,212	59,149	53,684	36,711	42,081	43,457
2	Women's and misses' coats and suits	36,868	41,207	41,457	35,693	24,664	23,800	49,565	57,032
3	Women's and misses' sportswear	107,426	114,463	149,791	170,227	155,028	121,651	131,195	150,347
4	Furs	17,836	15,771	16,471	11,029	16,953	16,502	16,626	19,377
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	58,915	64,568	74,045	83,519	79,876	75,769	92,074	87,362
6	Girls' and teenage girls' wear	31,258	37,273	48,282	47,809	44,476	35,746	51,879	43,511
7	Lingerie and women's sleepwear	39,897	39,099	47,104	51,975	49,709	40,490	42,019	47,418
8	Intimate apparel	33,424	29,920	32,831	37,468	34,662	31,439	33,097	33,009
9	Millinery	2,102	1,866	1,419	2,377	1,272	1,207	2,177	2,271
10	Women's and girls' hosiery	26,254	26,790	31,773	35,437	35,235	33,481	34,379	37,846
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	39,618	39,966	46,630	49,543	44,084	36,338	39,828	43,635
12	Women's, misses' and children's footwear	75,549	81,500	102,693	104,725	104,081	81,416	94,407	100,450
13	Men's clothing	111,702	137,579	160,091	148,765	151,819	134,412	146,171	180,451
14	Men's furnishings	119,180	123,058	135,003	153,735	149,872	125,302	129,761	148,638
15	Boys' clothing and furnishings	37,083	39,551	42,311	44,467	41,278	37,897	56,656	40,952
16	Men's and boys' footwear	62,415	58,203	74,673	73,963	83,261	69,612	75,056	75,370
17	Food and kindred products	38,119	40,249	41,106	44,482	34,242	43,524	40,777	38,548
18	Toiletries, cosmetics and drugs	193,004	149,162	169,033	191,342	172,373	181,084	194,026	194,776
19	Photographic equipment and supplies	55,045	49,854	54,360	57,791	61,072	58,920	62,265	57,702
20	Piece goods	23,618	23,824	30,107	25,966	34,748	25,447	29,677	32,472
21	Linens and domestics	108,506	112,560	113,998	125,286	135,602	119,765	122,715	120,221
22	Smallwares and notions	35,739	35,053	35,812	41,415	41,569	44,135	45,371	43,584
23	China and glassware	84,102	88,609	91,736	84,773	100,191	94,877	95,614	102,860
24	Floor coverings	48,316	46,440	50,642	47,834	53,084	52,260	49,702	47,731
25	Draperies, curtains and furniture coverings	61,298	57,776	68,398	63,753	66,310	64,039	62,464	64,198
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	43,617	44,175	53,031	49,665	59,162	54,666	55,696	60,450
27	Furniture	181,679	165,287	189,195	198,840	205,478	177,372	167,625	160,010
28	Major appliances	55,572	57,648	63,180	69,351	59,243	47,090	47,595	49,861
29	Television, radio and music	134,764	131,777	151,558	159,265	161,893	158,662	155,018	161,955
30	Housewares and small electrical appliances	170,418	162,985	159,781	188,257	177,327	185,823	181,255	189,186
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	112,354	108,723	142,575	125,815	141,078	141,086	134,833	127,013
32	Plumbing, heating and building materials	39,957	34,939	39,448	41,778	39,941	36,465	38,431	38,074
33	Jewellery	117,632	110,023	120,944	120,272	121,509	113,997	116,291	116,363
34	Toys and games	75,546	72,948	82,299	97,260	90,069	95,757	101,149	114,820
35	Sporting goods and luggage	107,199	108,929	129,534	153,593	157,055	141,320	136,862	123,873
36	Stationery, books and magazines	90,122	86,102	87,617	116,391	121,986	125,228	143,469	135,751
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	52,060	50,341	50,900	53,909	53,541	48,817	50,965	52,143
38	Meals and lunches	1,275	1,192	1,450	1,450	1,161	1,355	1,311	1,111
39	Repairs and services	4,872	4,284	4,865	4,625	4,140	4,530	4,588	4,779
40	All other departments	53,646	53,321	65,753	88,638	72,619	63,374	62,179	65,009
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	2,724,419	2,686,842	3,052,108	3,261,632	3,235,347	2,981,366	3,136,849	3,213,616

(1) At selling value.

TABLEAU 24. Stocks(1) mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1983		1982			Change - Variation		Rayon	N°
September	October	October	November	December	October/ September 1983	October 1983/1982		
Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre	Octobre/ septembre 1983	Octobre 1983/1982		
Thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
42,922	52,865	54,009	50,828	38,810	+ 23.2	- 2.1	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
75,809	75,907	66,218	52,222	40,267	+ 0.1	+ 14.6	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
166,315	178,184	133,971	138,538	110,563	+ 7.1	+ 33.0	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
27,907	27,345	22,827	20,360	19,452	- 2.0	+ 19.8	Fourrures	4
85,806	103,100	83,526	72,897	69,554	+ 20.2	+ 23.4	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
50,999	50,001	50,778	52,112	34,263	- 2.0	- 1.5	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
50,855	64,976	59,780	64,918	42,026	+ 27.8	+ 8.7	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
33,859	38,763	33,155	32,173	31,988	+ 14.5	+ 16.9	Sous-vêtements	8
2,969	3,726	3,268	3,766	3,533	+ 25.5	+ 14.0	Chapeaux	9
38,341	41,918	31,556	31,492	29,650	+ 9.3	+ 32.8	Bas pour dames et fillettes	10
52,998	64,462	56,141	59,220	41,659	+ 21.6	+ 14.8	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
108,426	111,203	109,058	97,074	91,924	+ 2.6	+ 2.0	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
167,001	169,651	185,614	179,517	161,113	+ 1.6	- 8.6	Vêtements pour hommes	13
169,971	198,003	193,533	178,826	119,168	+ 16.5	+ 2.3	Articles d'habillement pour hommes	14
48,649	57,809	49,443	42,803	33,681	+ 18.8	+ 16.9	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
80,730	90,464	77,159	75,798	70,433	+ 12.1	+ 17.2	Chaussures pour hommes et garçons	16
34,992	48,351	36,832	44,862	34,859	+ 38.2	+ 31.3	Produits alimentaires et connexes	17
187,597	257,286	194,071	215,162	167,598	+ 37.1	+ 32.6	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
57,571	72,117	67,887	62,550	48,135	+ 25.3	+ 6.2	Appareils et fournitures photographiques	19
27,723	33,908	29,943	25,946	28,235	+ 22.3	+ 13.2	Tissus à la pièce	20
116,753	124,040	98,419	113,712	121,738	+ 6.2	+ 26.0	Literie et linge de maison	21
40,027	43,669	37,288	35,301	45,003	+ 9.1	+ 17.1	Menus articles	22
93,763	106,666	91,220	101,865	105,581	+ 13.8	+ 16.9	Porcelaine et verrerie	23
41,535	47,316	54,803	48,227	56,021	+ 13.9	- 13.7	Revêtements de plancher	24
60,302	61,859	65,384	62,606	67,382	+ 2.6	- 5.4	Tentures, rideaux et housses	25
55,363	63,389	59,624	56,218	45,756	+ 14.5	+ 6.3	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
161,878	183,341	189,974	187,000	223,087	+ 13.3	- 3.5	Meubles	27
55,586	57,853	56,357	58,759	63,148	+ 4.1	+ 2.7	Gros appareils ménagers	28
164,658	177,052	146,700	154,829	152,008	+ 7.5	+ 20.7	Télévision, radio et musique	29
186,731	196,117	147,675	178,026	153,913	+ 5.0	+ 32.8	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
132,803	138,961	140,109	127,397	129,807	+ 4.6	- 0.8	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
38,421	39,936	34,995	39,477	49,311	+ 3.9	+ 14.1	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
109,423	130,947	135,171	150,622	115,806	+ 19.7	- 3.1	Bijouterie	33
138,892	170,227	143,875	117,303	59,061	+ 22.6	+ 18.3	Jouets et jeux	34
135,275	164,336	158,309	142,524	121,635	+ 21.5	+ 3.8	Articles de sport et valises	35
141,007	133,920	105,329	112,896	83,094	- 5.0	+ 27.1	Papeterie, livres et revues	36
51,959	59,703	56,012	52,276	62,805	+ 14.9	+ 6.6	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
945	1,175	817	896	1,008	+ 24.3	+ 43.8	Repas et casse-croûtes	38
4,918	5,030	5,080	5,409	4,925	+ 2.3	- 1.0	Services et travaux de réparation	39
68,761	87,295	75,695	79,189	61,884	+ 27.0	+ 15.3	Tous autres rayons	40
3,310,440	3,732,871	3,341,605	3,325,596	2,939,884	+ 12.8	+ 11.7	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

(1) Valeur de vente.

TABLE 25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983(1)

		1983						
		January	February	March	April	May	June	July
Department		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	41,188	40,919	48,271	46,779	49,034	42,302	44,948
2	Women's and misses' coats and suits	51,920	50,338	49,709	45,984	37,226	35,751	39,223
3	Women's and misses' sportswear	128,912	125,274	146,610	140,711	136,730	132,611	131,569
4	Furs	18,224	17,763	19,730	12,448	18,893	18,268	18,439
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	71,097	74,423	85,443	73,710	78,482	82,101	76,321
6	Girls' and teenage girls' wear	43,119	43,352	51,429	42,964	42,337	40,395	42,075
7	Lingerie and women's sleepwear	49,422	47,001	51,050	47,496	47,003	45,609	45,448
8	Intimate apparel	32,718	31,986	35,155	35,112	33,245	33,795	33,559
9	Millinery	2,347	2,356	2,146	2,661	1,320	1,794	2,908
10	Women's and girls' hosiery	29,350	29,452	32,598	31,977	32,421	34,487	33,209
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	47,052	45,003	48,142	45,604	43,320	42,629	42,474
12	Women's, misses' and children's footwear	92,144	89,992	99,345	88,254	93,485	83,513	93,242
13	Men's clothing	151,274	151,895	171,569	143,937	150,917	156,744	152,754
14	Men's furnishings	143,514	140,972	145,493	141,656	143,198	140,377	130,815
15	Boys' clothing and furnishings	42,754	41,481	47,413	42,901	43,473	43,411	43,401
16	Men's and boys' footwear	75,578	68,576	75,351	66,900	73,061	70,532	72,877
17	Food and kindred products
18	Toiletries, cosmetics and drugs	189,619	174,578	188,758	183,142	169,970	186,419	194,467
19	Photographic equipment and supplies	55,614	56,232	64,286	54,606	57,775	64,817	62,575
20	Piece goods	26,095	24,385	29,715	24,410	32,937	25,977	27,957
21	Linens and domestics	114,704	116,166	116,622	113,891	121,330	118,142	125,032
22	Smallwares and notions	39,803	40,576	39,880	38,000	37,580	40,594	40,593
23	China and glassware	94,850	96,714	96,453	86,216	95,189	96,680	96,164
24	Floor coverings	49,883	48,945	53,504	47,376	49,895	49,138	47,851
25	Draperies, curtains and furniture coverings	60,893	59,884	70,820	60,208	63,443	65,733	62,315
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	49,398	49,264	56,876	49,729	53,616	54,323	54,248
27	Furniture	190,432	174,822	195,753	178,665	188,322	179,954	170,706
28	Major appliances	57,173	56,664	64,136	63,740	59,099	51,790	49,521
29	Television, radio and music	143,176	145,912	158,683	147,416	155,144	158,997	159,860
30	Housewares and small electrical appliances	181,014	184,732	166,456	172,893	169,441	184,866	182,150
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	131,975	124,757	151,450	118,774	127,355	134,848	127,581
32	Plumbing, heating and building materials
33	Jewellery	129,398	118,199	125,370	111,683	117,289	120,157	120,995
34	Toys and games	88,995	89,707	101,179	96,912	100,161	117,408	114,294
35	Sporting goods and luggage	138,968	132,646	140,783	130,653	134,818	139,685	138,189
36	Stationery, books and magazines	100,605	101,051	101,774	113,122	114,364	123,704	128,026
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	56,573	55,477	57,861	49,971	50,561	52,001	52,146
38	Meals and lunches
39	Repairs and services	5,405	5,282	5,942	4,826	4,307	4,673	4,421
40	All other departments	74,267	67,776	63,474	73,294	63,966	63,764	61,343
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,040,777	3,006,135	3,253,500	3,006,794	3,064,526	3,144,395	3,088,540

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1982 et 1983(1)

1983		1982				Change - Variation			
August	September ^I	October ^P	October	November	December	October/ September 1983	Rayon		
Août	Septembre ^I	Octobre ^P	Octobre	Novembre	Décembre	Octobre/ septembre 1983			
Thousands of dollars									Nº
milliers de dollars						per cent			
						pourcentage			
49,229	47,941	44,380	45,887	44,435	43,000	- 7.4	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles		1
43,508	51,242	49,561	42,969	43,029	49,588	- 3.3	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles		2
150,033	173,923	158,245	119,758	121,394	135,994	- 9.0	Vêtements sport pour dames et jeunes filles		3
19,369	23,862	21,234	17,583	16,928	18,011	- 11.0	Fourrures		4
83,807	87,312	86,298	69,912	67,729	76,613	- 1.2	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants		5
40,613	50,375	41,940	42,814	45,226	46,232	- 16.7	Vêtements de fillettes et d'adolescentes		6
48,584	53,929	48,052	44,138	47,892	52,978	- 10.9	Lingerie et vêtements de nuit pour dames		7
33,800	39,858	35,605	30,745	27,016	31,652	- 10.7	Sous-vêtements		8
2,793	3,402	2,665	2,377	2,239	2,327	- 21.7	Chapeaux		9
34,209	40,298	38,142	29,075	29,227	34,191	- 5.4	Bas pour dames et fillettes		10
45,178	55,466	48,457	42,232	45,425	49,461	- 12.6	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes		11
98,217	115,060	100,600	99,109	97,852	99,145	- 12.6	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants		12
155,503	163,721	136,167	145,626	148,826	164,501	- 16.8	Vêtements pour hommes		13
143,741	162,116	148,328	146,048	147,889	156,835	- 8.5	Articles d'habillement pour hommes		14
43,436	47,804	44,942	38,205	39,126	41,322	- 6.0	Vêtements et articles d'habillement pour garçons		15
73,850	88,378	76,193	64,298	71,807	77,083	- 13.8	Chaussures pour hommes et garçons		16
***	***	***	***	***	***	***	Produits alimentaires et connexes		17
213,096	214,086	204,862	154,042	164,851	180,981	- 4.3	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments		18
58,946	63,330	55,123	51,393	49,077	55,299	- 13.0	Appareils et fournitures photographiques		19
31,643	30,511	31,066	27,296	25,920	28,293	+ 1.8	Tissus à la pièce		20
130,860	139,052	122,885	94,407	103,756	117,977	- 11.6	Literie et linge de maison		21
42,290	43,033	42,579	36,014	37,454	44,053	- 1.1	Menus articles		22
102,383	100,735	100,524	83,876	89,920	94,736	- 0.2	Porcelaine et verrerie		23
46,384	46,347	45,871	52,658	50,595	51,900	- 1.0	Revêtements de plancher		24
66,734	67,767	58,303	61,412	61,418	63,613	- 14.0	Tentures, rideaux et housses		25
57,241	57,624	52,409	49,029	49,831	54,430	- 9.1	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison		26
170,564	185,442	182,193	189,204	187,444	201,135	- 1.8	Meubles		27
52,395	63,130	56,442	54,945	53,734	56,357	- 10.6	Gros appareils ménagers		28
170,573	187,112	157,969	131,298	131,154	144,869	- 15.6	Télévision, radio et musique		29
194,666	201,240	174,171	128,739	153,799	172,142	- 13.5	Articles de ménage et petits appareils élec- triques		30
120,274	143,563	126,501	125,977	118,978	139,860	- 11.9	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.		31
***	***	***	***	***	***	***	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction		32
122,561	124,990	112,045	115,049	120,860	126,772	- 10.4	Bijouterie		33
106,777	111,584	99,426	83,479	85,915	103,238	- 10.9	Jouets et jeux		34
135,390	142,838	129,951	123,082	126,813	139,118	- 9.0	Articles de sport et valises		35
127,840	143,110	109,870	85,544	92,777	101,561	- 23.2	Papeterie, livres et revues		36
52,692	54,006	48,861	46,334	46,212	66,374	- 9.5	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures		37
***	***	***	***	***	***	***	Repas et casse-croûtes		38
4,528	4,713	4,052	3,968	4,800	5,487	- 14.0	Services et travaux de réparation		39
66,507	71,737	74,079	63,120	67,745	82,731	+ 3.3	Tous autres rayons		40
3,255,669	3,545,010	3,123,741	2,804,523	2,915,066	3,156,073	- 11.9	TOTAL, TOUS RAYONS		41

(1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 26. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1982 and 1983

No.	Department	1983						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	4.55	4.03	3.73	3.67	2.73	1.85	3.09
2	Women's and misses' coats and suits	3.44	3.94	2.66	2.51	2.88	3.76	7.99
3	Women's and misses' sportswear	3.82	3.38	3.23	3.74	2.87	2.16	3.10
4	Furs	3.92	5.04	7.54	12.42	63.97	32.55	15.09
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.53	3.97	3.46	4.14	3.82	3.43	4.62
6	Girls' and teenage girls' wear	3.84	3.63	2.70	3.47	3.10	2.43	4.64
7	Lingerie and women's sleepwear	3.91	3.51	3.40	3.63	3.05	2.21	2.78
8	Intimate apparel	4.58	4.33	3.34	3.74	3.42	2.73	3.46
9	Millinery	1.68	1.84	1.42	1.88	1.19	1.05	2.06
10	Women's and girls' hosiery	3.25	3.63	3.12	3.45	3.43	3.58	4.78
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4.68	4.99	3.91	3.95	3.27	2.76	4.03
12	Women's, misses' and children's footwear	5.74	6.26	4.82	4.56	4.33	3.18	5.38
13	Men's clothing	5.39	6.87	4.85	4.90	5.24	3.64	6.02
14	Men's furnishings	5.29	5.46	4.10	4.93	4.23	2.33	3.82
15	Boys' clothing and furnishings	5.75	6.03	3.87	3.84	3.59	3.07	5.83
16	Men's and boys' footwear	7.04	6.44	5.14	5.04	5.41	3.87	5.77
17	Food and kindred products	0.80	0.69	0.73	0.79	0.60	0.84	0.82
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5.17	3.97	3.83	4.43	3.88	4.00	4.50
19	Photographic equipment and supplies	5.94	5.96	5.19	5.63	5.43	4.15	4.67
20	Piece goods	6.83	6.70	6.33	6.30	7.96	5.81	8.10
21	Linens and domestics	3.83	7.01	5.17	5.49	5.78	3.95	4.28
22	Smallwares and notions	3.96	4.95	4.54	5.68	6.45	6.38	6.42
23	China and glassware	11.17	10.51	8.18	9.51	8.23	9.41	9.13
24	Floor coverings	5.14	4.91	3.89	4.12	4.52	4.15	3.57
25	Draperies, curtains and furniture coverings	5.97	5.61	4.93	4.37	4.25	3.82	3.89
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6.46	8.01	6.55	7.01	8.68	7.74	7.33
27	Furniture	4.76	5.46	4.45	5.50	4.48	3.73	2.86
28	Major appliances	1.65	2.08	1.74	2.11	1.51	0.87	0.81
29	Television, radio and music	3.83	4.69	4.00	5.32	5.20	4.93	4.32
30	Housewares and small electrical appliances	6.69	5.58	5.78	6.22	5.61	5.22	5.58
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	6.34	6.63	6.74	5.03	4.14	4.32	5.19
32	Plumbing, heating and building materials	5.54	4.51	4.59	3.88	3.24	2.28	2.86
33	Jewellery	12.26	9.92	7.85	7.70	7.07	6.31	7.92
34	Toys and games	9.39	7.85	6.12	6.70	6.41	6.08	6.19
35	Sporting goods and luggage	5.93	7.51	6.45	6.28	5.31	4.02	4.63
36	Stationery, books and magazines	4.68	4.45	3.52	5.17	5.42	4.99	6.39
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	4.09	4.54	3.37	3.32	2.82	2.40	2.95
38	Meals and lunches	0.07	0.07	0.07	0.07	0.06	0.06	0.06
39	Repairs and services	0.63	0.52	0.48	0.49	0.44	0.44	0.51
40	All other departments	2.61	2.63	2.50	2.78	1.95	1.71	2.10
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.25	4.35	3.81	4.16	3.74	3.16	3.68

TABLEAU 26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1983		1982				Rayon	N°
August	September	October	October	November	December		
Août	Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre		
2.95	2.91	3.71	3.54	2.80	1.67	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
3.51	4.11	3.05	2.86	2.08	1.82	formes pour dames et jeunes filles	
3.12	2.60	3.42	3.03	2.68	1.60	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
10.81	10.47	4.72	5.52	3.44	3.09	filles	
3.52	3.30	3.95	3.34	2.68	1.88	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
						Fourrures	4
						Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
						de chambres d'enfants	
1.94	3.18	3.25	3.39	2.66	1.29	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
3.23	2.86	3.51	3.53	2.59	0.92	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3.22	2.92	4.02	3.72	3.04	2.22	Sous-vêtements	8
2.07	1.87	1.65	1.49	1.07	0.78	Chapeaux	9
5.00	2.93	3.52	2.67	2.41	1.63	Bas pour dames et fillettes	10
4.03	3.16	3.69	3.62	2.64	1.15	Gants, moufles et articles de parure pour	11
4.36	3.50	3.89	4.18	3.13	2.98	dames et fillettes	
6.29	4.22	4.60	5.13	3.55	2.43	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
4.49	4.03	4.87	5.09	3.09	2.43	enfants	
2.16	3.95	4.96	4.28	2.92	1.08	Vêtements pour hommes	13
					1.40	Articles d'habillement pour hommes	14
						Vêtements et articles d'habillement pour	15
						garçons	
5.23	4.61	5.68	5.07	3.69	2.90	Chaussures pour hommes et garçons	16
0.69	0.69	0.87	0.67	0.66	0.43	Produits alimentaires et connexes	17
4.21	3.98	5.09	4.22	3.81	1.52	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
						caments	
4.26	4.60	6.19	5.60	4.00	1.48	Appareils et fournitures photographiques	19
7.13	5.86	6.70	5.42	4.67	6.05	Tissus à la pièce	20
4.25	3.57	4.49	3.84	4.08	2.77	Literie et linge de maison	21
5.83	3.88	4.52	3.80	3.22	3.57	Menus articles	22
10.46	8.09	10.00	8.48	6.20	3.02	Porcelaine et verrerie	23
3.49	3.27	3.20	3.96	3.42	4.81	Revêtements de plancher	24
4.31	3.83	3.89	4.54	3.84	3.67	Tentures, rideaux et housses	25
7.88	6.32	7.13	6.69	4.42	2.17	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
3.27	3.82	4.10	4.84	4.62	5.30	d'ameublement pour la maison	
1.11	1.25	1.18	1.39	1.37	1.45	Meubles	27
4.33	3.21	3.89	3.89	3.05	1.90	Gros appareils ménagers	28
5.87	5.56	5.40	4.17	4.14	1.93	Télévision, radio et musique	29
						Articles de ménage et petits appareils élec-	30
						triques	
5.73	5.70	5.40	5.03	4.94	3.66	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
3.43	3.62	3.21	3.45	3.82	4.04	etc.	
7.27	5.48	7.64	7.51	5.39	1.76	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
6.98	8.20	6.50	6.91	2.64	0.73	truction	
5.46	6.49	8.71	7.67	5.14	2.39	Bijouterie	33
						Jouets et jeux	34
						Articles de sport et valises	35
4.34	4.52	5.49	4.71	3.43	1.22	Papeterie, livres et revues	36
3.11	3.24	3.03	2.87	2.35	2.77	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
0.05	0.04	0.05	0.04	0.04	0.03	réparation et fournitures	
0.50	0.48	0.46	0.57	0.45	0.37	Repas et casse-croûtes	38
2.39	2.51	3.17	2.79	2.76	1.22	Services et travaux de réparation	39
						Tous autres rayons	40
3.64	3.49	3.93	3.81	3.06	1.80	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 27. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, Canada, 1982 and 1983

Department No.	1983						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.21	0.26	0.30	0.29	0.35	0.44	0.35
2 Women's and misses' coats and suits	0.28	0.27	0.38	0.37	0.28	0.26	0.17
3 Women's and misses' sportswear	0.26	0.30	0.35	0.28	0.33	0.41	0.33
4 Furs	0.24	0.19	0.14	0.06	0.02	0.03	0.07
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	0.26	0.26	0.31	0.26	0.26	0.28	0.24
6 Girls' and teenage girls' wear	0.25	0.30	0.42	0.29	0.31	0.37	0.26
7 Lingerie and women's sleepwear	0.25	0.28	0.32	0.29	0.32	0.41	0.37
8 Intimate apparel	0.22	0.22	0.31	0.29	0.28	0.35	0.30
9 Millinery	0.44	0.51	0.61	0.67	0.59	0.93	0.62
10 Women's and girls' hosiery	0.29	0.28	0.35	0.31	0.29	0.27	0.21
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.21	0.20	0.28	0.26	0.29	0.33	0.26
12 Women's, misses' and children's footwear	0.16	0.17	0.23	0.22	0.23	0.28	0.20
13 Men's clothing	0.15	0.16	0.22	0.20	0.19	0.26	0.17
14 Men's furnishings	0.19	0.19	0.26	0.22	0.23	0.39	0.27
15 Boys' clothing and furnishings	0.18	0.17	0.27	0.27	0.27	0.31	0.21
16 Men's and boys' footwear	0.13	0.15	0.22	0.20	0.20	0.24	0.18
17 Food and kindred products	1.30	1.48	1.38	1.32	1.45	1.34	1.18
18 Toiletries, cosmetics and drugs	0.21	0.22	0.28	0.24	0.24	0.26	0.23
19 Photographic equipment and supplies	0.18	0.16	0.20	0.18	0.19	0.24	0.22
20 Piece goods	0.13	0.15	0.18	0.15	0.14	0.15	0.13
21 Linens and domestics	0.25	0.15	0.19	0.19	0.18	0.24	0.24
22 Smallwares and notions	0.22	0.20	0.22	0.19	0.16	0.16	0.16
23 China and glassware	0.08	0.10	0.12	0.10	0.13	0.10	0.11
24 Floor coverings	0.18	0.20	0.27	0.24	0.23	0.24	0.27
25 Draperies, curtains and furniture coverings	0.16	0.17	0.22	0.22	0.24	0.26	0.25
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.15	0.13	0.17	0.14	0.13	0.12	0.14
27 Furniture	0.19	0.17	0.24	0.19	0.23	0.25	0.34
28 Major appliances	0.57	0.49	0.60	0.50	0.61	1.01	1.24
29 Television, radio and music	0.24	0.21	0.27	0.19	0.19	0.20	0.23
30 Housewares and small electrical appliances	0.16	0.18	0.17	0.17	0.17	0.20	0.18
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	0.15	0.15	0.17	0.19	0.26	0.23	0.19
32 Plumbing, heating and building materials	0.16	0.21	0.23	0.27	0.30	0.42	0.36
33 Jewellery	0.08	0.10	0.13	0.13	0.14	0.15	0.13
34 Toys and games	0.12	0.13	0.17	0.16	0.15	0.17	0.17
35 Sporting goods and luggage	0.16	0.13	0.17	0.17	0.19	0.24	0.21
36 Stationery, books and magazines	0.22	0.22	0.29	0.22	0.19	0.20	0.17
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.22	0.22	0.30	0.31	0.35	0.40	0.35
38 Meals and lunches	15.77	13.74	15.43	13.42	14.87	16.81	15.38
39 Repairs and services	1.45	1.79	2.21	1.99	2.15	2.38	1.99
40 All other departments	0.35	0.38	0.44	0.41	0.46	0.55	0.47
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.22	0.22	0.27	0.25	0.26	0.30	0.27

TABLEAU 27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1983		1982				Rayon	N°
August	September	October	October	November	December		
Août	Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre		
0.34	0.34	0.30	0.31	0.35	0.52	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
0.31	0.28	0.33	0.34	0.42	0.48	formes pour dames et jeunes filles	
0.34	0.40	0.30	0.36	0.38	0.55	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
0.10	0.11	0.21	0.20	0.27	0.32	filles	
0.28	0.30	0.28	0.32	0.35	0.52	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
						Fourrures	4
						Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
						de chambres d'enfants	
0.47	0.34	0.31	0.29	0.38	0.62	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.33	0.36	0.32	0.32	0.40	0.86	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.31	0.35	0.27	0.30	0.32	0.45	Sous-vêtements	8
0.49	0.61	0.68	0.85	1.00	1.24	Chapeaux	9
0.21	0.34	0.30	0.40	0.41	0.59	Bas pour dames et fillettes	10
0.26	0.35	0.30	0.31	0.39	0.72	Gants, moufles et articles de parure pour	11
0.24	0.30	0.26	0.25	0.30	0.33	dames et fillettes	
0.18	0.23	0.22	0.21	0.28	0.39	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
0.24	0.26	0.22	0.22	0.31	0.74	enfants	
0.39	0.28	0.22	0.26	0.32	0.63	Vêtements pour hommes	13
						Articles d'habillement pour hommes	14
						Vêtements et articles d'habillement pour	15
						garçons	
0.19	0.22	0.19	0.21	0.27	0.33	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.41	1.38	1.33	1.58	1.65	2.04	Produits alimentaires et connexes	17
0.24	0.25	0.23	0.27	0.28	0.58	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
						caments	
0.23	0.22	0.18	0.21	0.24	0.59	Appareils et fournitures photographiques	19
0.15	0.16	0.16	0.21	0.20	0.17	Tissus à la pièce	20
0.23	0.28	0.23	0.28	0.26	0.37	Literie et linge de maison	21
0.17	0.25	0.23	0.27	0.30	0.31	Menus articles	22
0.10	0.12	0.11	0.12	0.17	0.34	Porcelaine et verrerie	23
0.28	0.28	0.33	0.26	0.27	0.22	Revêtements de plancher	24
0.24	0.25	0.26	0.24	0.26	0.28	Tentures, rideaux et housses	25
0.13	0.15	0.15	0.16	0.22	0.41	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
0.30	0.26	0.26	0.22	0.21	0.21	d'ameublement pour la maison	
0.92	0.84	0.86	0.72	0.74	0.71	Meubles	27
0.24	0.31	0.27	0.29	0.34	0.52	Gros appareils ménagers	28
0.17	0.18	0.19	0.25	0.26	0.48	Télévision, radio et musique	29
						Articles de ménage et petits appareils élec-	30
						triques	
0.17	0.18	0.19	0.21	0.19	0.28	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
0.29	0.28	0.32	0.29	0.28	0.28	etc.	
0.14	0.18	0.14	0.15	0.20	0.49	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
0.15	0.13	0.17	0.16	0.34	0.91	truction	
0.17	0.16	0.13	0.15	0.18	0.39	Bijouterie	33
						Jouets et jeux	34
						Articles de sport et valises	35
0.22	0.23	0.18	0.23	0.30	0.70	Papeterie, livres et revues	36
0.32	0.31	0.35	0.37	0.41	0.39	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
17.72	20.93	20.18	23.92	27.95	34.05	réparation et fournitures	
2.04	2.10	2.18	1.82	2.27	2.59	Repas et casse-croûtes	38
0.43	0.41	0.35	0.40	0.37	0.72	Services et travaux de réparation	39
						Tous autres rayons	40
0.27	0.28	0.26	0.28	0.32	0.51	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

TABLE 28. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Unadjusted, Canada, 1981-1983

TABEAU 28. Montants à recevoir(1), non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983

Month	1981	1982	1983	Change from previous month	Change 1983/1981
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1983/1981
	thousands of dollars			per cent	
	milliers de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,554,350	1,624,889	1,668,020	- 5.0	+ 2.7
February - Février	1,488,706	1,554,529	1,599,438	- 4.1	+ 2.9
March - Mars	1,476,287	1,537,740	1,566,508	- 2.1	+ 1.9
April - Avril	1,483,717	1,536,243	1,583,987	+ 1.1	+ 3.1
May - Mai	1,493,281	1,527,443	1,601,258	+ 1.1	+ 4.8
June - Juin	1,501,535	1,505,203	1,585,200	- 1.0	+ 5.3
July - Juillet	1,523,351	1,477,266	1,553,254	- 2.0	+ 5.1
August - Août	1,512,048	1,476,402	1,541,395	- 0.8	+ 4.4
September - Septembre	1,537,138	1,536,070	1,594,573	+ 3.4	+ 3.8
October - Octobre	1,550,904	1,554,259	1,631,976	+ 2.3	+ 5.0
November - Novembre	1,622,633	1,613,782			
December - Décembre	1,788,145	1,755,331			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 29. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983

TABEAU 29. Montants à recevoir(1), désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983

Month	1981	1982	1983	Change from previous month	Change 1983/1981
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1983/1981
	millions of dollars			per cent	
	millions de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,470.0	1,538.5	1,576.1	+ 2.5	+ 2.4
February - Février	1,480.0	1,551.8	1,576.4	--	+ 1.6
March - Mars	1,499.0	1,563.8	1,593.1	+ 1.1	+ 1.9
April - Avril	1,515.0	1,566.1	1,614.5	+ 1.3	+ 3.1
May - Mai	1,537.0	1,567.6	1,635.0	+ 1.3	+ 4.3
June - Juin	1,563.0	1,563.0	1,639.0	+ 0.2	+ 4.9
July - Juillet	1,615.0	1,560.6	1,633.3	- 0.3	+ 4.7
August - Août	1,595.0	1,554.2	1,627.0	- 0.4	+ 4.7
September ^r - Septembre ^r	1,581.0	1,569.9	1,629.0	+ 0.1	+ 3.8
October ^p - Octobre ^p	1,565.0	1,566.3	1,645.8	+ 1.0	+ 5.1
November - Novembre	1,570.0	1,563.8			
December - Décembre	1,563.0	1,537.8			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

Department Store Sales and
Stocks, MCD, Seasonal
and Trading Day Factors

Ventes et stocks des grands
magasins MDC et coefficients de
corrections des variations
saisonnnières et des jours
commerciaux

TABLE 30. Department Store Sales and Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1983

Department		Sales - Combined Seasonal and Trading Day Factors			
		Ventes - Coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux			
		MCD in September	September ^F	October ^P	November ^P
No.		MDC en septembre	Septembre ^F	Octobre ^P	Novembre ^P
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5	102.38	94.03	110.58
2	Women's and misses' coats and suits	8	124.14	156.31	170.89
3	Women's and misses' sportswear	4	127.37	100.88	113.68
4	Furs	12	100.25	125.37	198.10
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	5	109.75	107.40	119.46
6	Girls' and teenage girls' wear	4	114.57	95.09	117.00
7	Lingerie and women's sleepwear	4	95.64	92.57	138.75
8	Intimate apparel	4	108.96	87.81	105.94
9	Millinery	9	93.26	132.12	214.03
10	Women's and girls' hosiery	4	122.70	110.38	120.27
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4	110.28	105.04	152.77
12	Women's, misses' and children's footwear	5	128.54	116.24	130.77
13	Men's clothing	4	113.02	106.57	146.61
14	Men's furnishings	5	96.70	92.08	150.26
15	Boys' clothing and furnishings	5	102.75	95.15	122.60
16	Men's and boys' footwear	6	115.01	105.92	126.96
17	Food and kindred products	4	89.50	93.25	117.00
18	Toiletries, cosmetics and drugs	2	89.36	92.41	117.38
19	Photographic equipment and supplies	4	93.12	87.80	116.59
20	Piece goods	7	117.42	118.09	123.60
21	Linens and domestics	3	111.55	99.23	108.57
22	Smallwares and notions	4	121.37	113.45	125.35
23	China and glassware	5	94.90	82.99	139.71
24	Floor coverings	5	101.57	114.44	123.11
25	Draperies, curtains and furniture coverings	3	101.60	102.03	115.00
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	95.91	97.81	144.31
27	Furniture	4	102.28	96.82	105.81
28	Major appliances	5	108.66	102.24	108.41
29	Television, radio and music	5	114.35	100.45	136.11
30	Housewares and small electrical appliances	3	91.50	94.68	121.81
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	3	91.28	106.07	104.31
32	Plumbing, heating and building materials	6	98.36	99.92	105.21
33	Jewellery	3	99.65	82.03	143.21
34	Toys and games	4	61.42	100.23	226.81
35	Sporting goods and luggage	3	83.57	77.75	102.41
36	Stationery, books and magazines	3	106.13	85.61	124.71
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5	89.86	110.96	134.81
38	Meals and lunches	3	98.20	97.77	114.61
39	Repairs and services	6	95.80	105.95	134.01
40	All other departments	5	88.06	90.21	95.71
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3	101.66	98.97	125.11

TABLEAU 30. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1983

Stocks - Seasonal Factors

Stocks - Coefficients des variations saisonnières

				Rayon	N°
MCD in September	September ^F	October ^P	November		
MDC en septembre	Septembre ^F	Octobre ^P	Novembre		
3	89.53	119.12	113.62	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
4	147.94	153.16	117.73	formes pour dames et jeunes filles	7
3	95.63	112.60	113.73	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
5	116.95	128.78	119.06	filles	3
4	98.27	119.47	107.09	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	4
				Fourrures	4
				Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
				de chambres d'enfants	
4	101.24	119.22	115.62	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
4	94.30	135.22	137.36	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
4	84.95	108.87	115.05	Sous-vêtements	8
5	87.26	139.83	173.15	Chapeaux	9
4	95.14	109.90	108.35	Bas pour dames et fillettes	10
3	95.55	133.03	131.42	Gants, moufles et articles de parure pour	11
3	94.23	110.54	99.41	dames et fillettes	12
4	102.00	124.59	118.63	Chaussures pour dames, jeunes filles et	
3	104.85	133.49	121.31	enfants	13
4	101.77	128.63	108.30	Vêtements pour hommes	14
				Articles d'habillement pour hommes	15
				Vêtements et articles d'habillement pour	
				garçons	
4	91.35	118.73	106.17	Chaussures pour hommes et garçons	16
4	Produits alimentaires et connexes	17
4	87.63	125.59	128.15	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
4	90.91	130.83	118.79	caments	
5	90.86	109.15	100.72	Appareils et fournitures photographiques	19
				Tissus à la pièce	20
2	83.96	102.61	109.58	Literie et linge de maison	21
4	93.01	102.56	94.23	Menus articles	22
3	93.08	106.11	110.43	Porcelaine et verrerie	23
3	89.62	103.15	93.72	Revêtements de plancher	24
3	88.98	106.10	103.02	Tentures, rideaux et housses	25
4	96.08	120.95	111.39	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
3	87.29	100.63	98.53	d'ameublement pour la maison	
4	88.05	102.50	108.91	Meubles	27
3	88.00	112.08	116.35	Gros appareils ménagers	28
3	92.79	112.60	117.07	Télévision, radio et musique	29
				Articles de ménage et petits appareils élec-	30
				triques	
4	92.50	109.85	103.42	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
				etc.	
4	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
3	87.55	116.87	124.30	truction	
4	124.47	171.21	134.99	Bijouterie	33
3	94.71	126.46	111.45	Jouets et jeux	34
				Articles de sport et valises	35
3	98.53	121.89	120.44	Papeterie, livres et revues	36
5	96.21	122.19	113.27	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
				réparation et fournitures	
4	Repas et casse-croûtes	38
3	104.35	124.15	113.64	Services et travaux de réparation	39
4	95.85	117.84	116.31	Tous autres rayons	40
	93.38	119.50	113.69	TOTAL, TOUS RAYONS	41

LIST OF DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - LISTE DES ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS

MAJOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS TRADITIONNELS

Ayre's Ltd., Water St., St. John's, Newfoundland
Bowring Bros. Ltd., 281 Water St., St. John's, Newfoundland
Caplan, C., Ltd., 135 Rideau St., Ottawa, Ontario
Eaton, T., Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario
Goudies Ltd., 22 King St. W., Kitchener, Ontario
Holman, R.T., Ltd., Water St., Summerside, Prince Edward Island
Hougens Ltd., 305 Main St., Whitehorse, Yukon
Hubert, Magasin J.O., Ltée, 163-165 rue Principale, Maniwaki, Québec
Hudson's Bay Co., 2 Bloor St. E., Toronto, Ontario
Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd., 4910-50th St., Lloydminster, Saskatchewan
Ogilvy, Charles, Ltd., 126 Rideau St., Ottawa, Ontario
Ogilvy's, James A., Ltd., Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec
Right House, The, Co. Ltd., 35-41 King St. E., Hamilton, Ontario (Closed February 1983 - Fermée février 1983)
Robinson, The G.W., Co. Ltd., 18 James St., Hamilton, Ontario
Simpsons Ltd., 401 Bay St., Toronto, Ontario
Simpson Sears Ltd., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario
Smith & Chapple Ltd., 24 Birch St., Chapleau, Ontario
Woodward Stores (Alta.) Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia
Woodward Stores (B.C.) Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

JUNIOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS POPULAIRES

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario
Sentry Dep't. Stores Ltd., 1650 Avenue Rd., Toronto, Ontario
Steinberg Inc., Miracle Mart Division, 5151 Thimens, St-Laurent, Québec
Towers Department Stores Ltd., 6509 Airport Rd., Mississauga, Ontario
Woolco Department Stores, c/o F.W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario
Zeller's Ltd., 5250 Decarie Blvd., Montréal, Québec

SELECTED PUBLICATIONS

Following are publications of the Merchandising and Services Division in the Retail Trade sector.

Catalogue

- 63-002 Department Store Sales and Stocks. M. Bil. 36 pp. First Issue, 1938. (ISSN 0380-7045).

Total sales and number of outlets, by province and selected metropolitan area, and sales and inventories by department, Canada.

- 63-004 Department Store Sales by Regions. Advance Release. M. Bil. 1 pp. First Issue, 1950. (ISSN 0709-8650).

Total sales and percentage changes of sales by region.

- 63-005 Retail Trade. M. Bil. Approx. 65 pp. First Issue, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total retail sales by province and kind of business, for chain and independent stores; seasonally adjusted sales, Canada.

- 63-007 New Motor Vehicle Sales. M. Bil. Approx. 15 pp. First Issue, 1932. (ISSN 0705-5595).

Number and value of new passenger cars, trucks and buses sold by province and by origin (Canada and U.S. or imported). Monthly unit sales, by type and origin, seasonally adjusted.

- 63-014 Merchandising Inventories. M. Bil. 24 pp. First Issue, 1972. (ISSN 0380-7177).

Inventories and stocks/sales ratios, by type of trade for wholesale, by department for department stores, by kind of business for chain stores and independent stores: quarterly percentage changes for independent stores by kind of business.

- 63-210 Retail Chain and Department stores. A. Bil. Approx. 74 pp. First Issue, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total retail sales by chain and department stores by province, selected localities and kind of business including data on floor area, inventory and accounts receivable.

CHOIX DE PUBLICATIONS

Les publications suivantes se trouvent à la Section du commerce de détail, Division du commerce et des services.

Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M. Bil. 36 pages. Premier numéro, 1938. (ISSN 0380-7045).

Ventes totales et nombre de points de vente par provinces et certaines régions métropolitaines, ventes et stocks par rayon, Canada.

- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M. Bil. 1 page. Premier numéro, 1950. (ISSN 0709-8650).

Variations en pourcentage et ventes par région.

- 63-005 Commerce de détail. M. Bil. Environ 65 pages. Premier numéro, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total des ventes au détail par province et genre de commerce, pour les magasins à succursales et les magasins indépendants; chiffres désaisonnalisés, Canada.

- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M. Bil. Environ 15 pages. Premier numéro, 1932. (ISSN 0705-5595).

Nombre et valeur des voitures particulières, des camions et des autobus neufs vendus par province et par lieu d'origine (Canada et É.-U. ou importés). Ventes unitaires mensuelles selon le type et l'origine, après désaisonnalisation.

- 63-014 Stocks commerciaux. M. Bil. 24 pages. Premier numéro, 1972. (ISSN 0380-7177).

Stocks et rapports stocks/ventes, par genre de commerce pour le commerce de gros, par rayon pour les grands magasins et par genre de commerce pour les magasins à succursales et magasins indépendants: variations trimestrielles en pourcentage pour les magasins indépendants suivant le genre de commerce.

- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A. Bil. Environ 74 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total des ventes au détail pour les magasins à succursales et les grands magasins selon la province, certaines agglomérations et le genre de commerce, incluant des données sur la superficie totale, les stocks, et les comptes à recevoir.

Catalogue

- 63-213 Vending Machine Operators. A. Bil. 21 pp. First Issue, 1958. (ISSN 0527-6411).

Sales of merchandise through automatic vending machines, by type of machine and by location, Canada and provinces.

- 63-218 Direct Selling Canada. A. Bil. 14 pp. First Issue, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Sales of various commodities by method of distribution: by personal selling, by mail, from premises, etc.

- 63-219 Campus Book Stores, A. Bil. Approx. 8 pp. First Issue, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Retail sales by type of commodity, employees and payroll, by region or province for academic years.

- 63-224 Market Research Handbook. A. Bil. 700 pp. First Issue, 1975. (ISSN 0590-9325).

The data covers such topics as general economic indicators, population characteristics, personal income and expenditure and household facilities.

- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O. Bil. 695 pp. (ISBN 0-660-506-13-0).

The publication provides revised retail trade estimates for the years 1972 to 1979, both unadjusted and seasonally adjusted and also sections on definitions, concepts, classifications, methodology and data reliability.

- Operating Results - Retail Trades. O. Bil. 29 pp. First Issue, 1974.

The following publications in the Operating Results series contain ratios (percentages of net sales) for: purchases, inventories, cost of goods sold, gross profit, operating expense items and net profit.

- 63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1981

- 63-604 Independent Women's Retail Clothing Stores, 1975

- 63-605 Independent Retail Hardware Stores, 1976

Catalogue

- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A. Bil. 21 pages. Premier numéro, 1958. (ISSN 0527-6411).

Ventes de marchandise par distributeurs automatiques selon le genre de machine et l'emplacement, Canada et provinces.

- 63-218 La vente directe au Canada. A. Bil. 14 pages. Premier numéro, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Ventes de divers produits, par mode de distribution: par démarchage, par la poste, chez le fabricant, etc.

- 63-219 Librairies de campus. A. Bil. Environ 8 pages. Premier numéro, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Ventes au détail par type de produits ainsi que le nombre d'employés et la paye par région ou province pour les années scolaires.

- 63-224 Recueil statistique des études de marché. A. Bil. 803 pages. Premier numéro, 1975. (ISSN 0590-9325).

Les données portent sur des sujets tels que les indicateurs économiques généraux, les caractéristiques de la population, le revenu et les dépenses des particuliers et l'équipement ménager.

- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S. Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0).

Cette publication contient des données brutes et désaisonnalisées, révisées de 1972 à 1979, des sections sur les définitions, les concepts, la classification, la méthodologie et la fiabilité des données.

- Résultats d'exploitation - Commerce de détail. H.S. Bil. 29 pages. Premier numéro, 1974.

Les publications suivantes de la série de Résultats de l'exploitation contiennent des ratios (pourcentages des ventes nettes) pour les achats, les stocks, le coût des biens vendus, les bénéfices bruts, les dépenses d'exploitation et les bénéfices nets.

- 63-603 Magasins de vente au détail de vêtements pour hommes, 1981

- 63-604 Magasins indépendants de vente au détail de vêtements pour dames, 1975

- 63-605 Magasins indépendants de vente au détail de quincaillerie, 1976

Catalogue

- 63-606 Retail Shoe Stores, 1977
- 63-607 Retail Drug Stores, 1981
- 63-608 Retail Florists, 1979
- 63-609 Retail Jewellery Stores, 1981
- 63-610 Retail Hardware Stores, 1980
- 63-611 Women's Retail Clothing Stores, 1980
- 63-612 Retail Family Clothing Stores, 1980

M. - Monthly A.- Annual Bil.- Bilingual
O.- Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available free on request from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue

- 63-606 Magasins de vente au détail de chaussures, 1977
- 63-607 Pharmacies au détail, 1981
- 63-608 Magasins de fleuristes, vente au détail, 1979
- 63-609 Bijouteries au détail, 1981
- 63-610 Magasins de vente au détail de quincaillerie, 1980
- 63-611 Magasins de vente au détail de vêtements pour dames, 1980
- 63-612 Magasins de vente au détail de vêtements pour la famille, 1980

M. - Mensuel A.- Annuel Bil.- Bilingue
H.S. - Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et social du Canada. On peut se procurer gratuitement un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Department store sales and stocks

November 1983

Ventes et stocks des grands magasins

Novembre 1983



Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Merchandising and Services Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V4. (Telephone: 996-9304) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (992-4734)	Edmonton (420-3027)
Toronto (966-6586)	Vancouver (666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	Zenith 0-7037
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
British Columbia (South and Central)	112-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by NorthwestTel Inc.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories (area served NorthwestTel Inc.)	Zenith 2-2015

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales and Services, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V7.

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section de commerce détail,
Division du commerce et des services,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V4 (téléphone: 996-9304) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (992-4734)	Edmonton (420-3027)
Toronto (966-6586)	Vancouver (666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	Zénith 0-7037
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
Colombie-Britannique (sud et centrale)	112-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Zénith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Zénith 2-2015

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et d'autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes et de la distribution des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V7.

Statistics Canada
Merchandising and Services Division
Retail Trade Section

Department store sales and stocks

November 1983

Statistique Canada
Division du commerce et des services
Section du commerce de détail

Ventes et stocks des grands magasins

Novembre 1983

Published under the authority of
the Minister of Supply and
Services Canada

Statistics Canada should be credited when
reproducing or quoting any part of this document

© Minister of Supply
and Services Canada 1984

February 1984
5-3406-503

Price: Canada, \$3.30, \$33.00 a year
Other Countries, \$3.95, \$39.50 a year

Catalogue 63-002, Vol. 48, No. 11

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par
le ministre des Approvisionnements et
Services Canada

Reproduction ou citation autorisée sous réserve
d'indication de la source: Statistique Canada

© Ministre des Approvisionnements
et Services Canada 1984

Février 1984
5-3406-503

Prix: Canada, \$3.30, \$33.00 par année
Autres pays, \$3.95, \$39.50 par année

Catalogue 63-002, vol. 48, n° 11

ISSN 0380-7045

Ottawa

SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or, in this publication less than half unit expressed.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the CANSIM staff, Current Economic Analysis Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-995-7406), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

SIGNES CONVENTIONNELS

Voici la signification des signes conventionnels utilisés dans les publications Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou, dans la présente publication, inférieur à la moitié de l'unité exprimée.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les ventes et stocks des grands magasins (matrice n° 112) sur de nombreuses autres séries, par le biais du terminal, d'imprimées d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour de renseignements, s'adresser au personnel CANSIM, Division de l'analyse de conjoncture, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-995-7406), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

TABLE OF CONTENTS

	Page
Introduction	vii
Definitions	viii
Methodology	ix
Data Reliability	x
Non-sampling Errors	x
Non-sampling Error Measures	xi
Seasonal Adjustment	xiii
Constant Dollar Estimates	xiv
Data Confidentiality	xvi
Explanatory Notes	xvi
Charts	
Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983	xviii
Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983	xviii
Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1981-1983	xix
Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1981-1983	xx
Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1981-1983	xx
Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization	xxi
Highlights	xxiii
Table	
Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983	2

TABLE DES MATIÈRES

	Page
Introduction	vii
Définitions	viii
Méthodologie	ix
Fiabilité des données	x
Erreurs non liées à l'échantillonnage	x
Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage	xi
Désaisonnalisation	xiii
Estimations en dollars constants	xiv
Confidentialité des données	xvi
Notes explicatives	xvi
Graphiques	
1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1981-1983	xviii
2. Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1981-1983	xviii
3. Ventes des grands magasins et commerce de détail Total, par mois, Canada, 1981-1983	xix
4. Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1981-1983	xx
5. Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983	xx
6. Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisation	xxi
Points saillants	xxiii
Tableau	
1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	2

TABLE OF CONTENTS - Continued

TABLES DES MATIÈRES - suite

Page

Page

Table

2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983	4
3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983	6
4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	6
5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983	8
6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	8
7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983	10
8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	10
9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983	12
10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	12
11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983	14
12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	14
13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983	16
14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	16
15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983	18
16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983	19

Tableau

2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1982 et 1983
3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1982 et 1983
4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983
5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983
6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983
7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983
8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983
9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1982 et 1983
10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983
11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983
12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983
13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983
14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983
15. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983
16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1982 et 1983

TABLE OF CONTENTS - Concluded

	Page
Table	
17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	19
18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983	20
19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	20
20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983	21
21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	21
22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1981-1983	22
23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981-1983	23
24. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, 1982 and 1983	24
25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983	26
26. Department Store Monthly Stock-Sales Ratios, by Department, Canada, 1982 and 1983	28
27. Department Store Monthly Sales-Stock Ratios, by Department, 1982 and 1983	30
28. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted, Canada, 1981-1983	32
29. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983	32
30. Department Store Sales and Stocks MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1983	34
List of Department Store Organizations	36
Selected Publications	37

TABLES DES MATIÈRES - fin

	Page
Tableau	
17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	19
18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983	20
19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	20
20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983	21
21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	21
22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1981-1983	22
23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1981-1983	23
24. Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	24
25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1982 et 1983	26
26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	28
27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	30
28. Montants à recevoir, non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983	32
29. Montants à recevoir, désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983	32
30. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1983	34
Liste des organisations de grands magasins	36
Choix de publications	37

INTRODUCTION

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services. A "List of Department Store Organizations" can be found at the end of this publication.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Merchandising and Services Division, to be utilized. (The census also measures the activities of "establishments", however, this concept is not used in the monthly survey of department stores.) Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. For example, non-department store locations are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure with the catalogue sales activity of department store organizations classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its leased departments, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as one structure, rather than as a number of smaller stores.

INTRODUCTION

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971. La "Liste des organisations de grands magasins" est donnée à la fin de cette publication.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division du commerce et des services. (Le recensement mesure également les activités des "établissements", toutefois cette unité d'observation n'est pas utilisée dans l'enquête mensuelle sur les grands magasins.) En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les firmes déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les rayons de concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement **unique** et non comme un regroupement de petits magasins.

Definitions

Retail Location

A retail location, as defined by Statistics Canada, is a business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public for household or personal consumption.

Department Store

A retail location is defined as a department store outlet if it possesses the following characteristics. It must sell the following general lines of merchandise:

Family clothing and apparel. This commodity group is composed of some or all of the following lines: women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms; women's and misses' coats and suits; women's and misses' sportswear; furs; infants' and children's wear; girls' and teenage wear; lingerie and women's sleepwear; intimate apparel; millinery; women's and girls' hosiery; women's and girls' gloves, mitts and accessories; women's, misses' and children's footwear; men's clothing; men's furnishings; boys' clothing and furnishings; men's and boys' footwear. **Note:** The outlet must sell at least six of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being men's and boys' clothing or furnishings. At least 20% of the outlet's total sales must be derived from the family clothing and apparel group.

Furniture, appliance and home furnishings. This commodity group is composed of some or all of the following lines: linens and domestics; china and glassware; home furnishings; furniture, wooden and upholstered goods for living room, dining room and bedroom; major appliances; television, radio and music; hardware and housewares. **Note:** The outlet must sell at least four of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being furniture (wooden and upholstered goods for dining room and/or living room and/or bedroom). At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the furniture, appliance and home furnishings group.

All other (miscellaneous). This category includes all commodities sold by the outlet but not shown above, such as: toiletries, cosmetics and drugs; photographic equipment and supplies; piece goods; notions and smallwares; jewellery; sporting goods and luggage; stationery, books and magazines; and food. **Note:** The outlet must sell at

Définitions

Point de vente au détail

Suivant la définition de Statistique Canada, un point de vente au détail est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle.

Grand magasin

Un point de vente au détail est un grand magasin s'il possède les caractéristiques suivantes:

Vêtements pour la famille. Ce groupe comprend les articles suivants: robes pour dames et jeunes filles, robes de ménage, tabliers et uniformes; manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles; vêtements de sport pour dames et jeunes filles; fourrures; vêtements de bébés et d'enfants; vêtements de fillettes et d'adolescentes; lingerie et vêtements de nuit pour dames; sous-vêtements; chapeaux; bas pour dames et fillettes; gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes; chaussures pour dames, jeunes filles et enfants; vêtements pour hommes; articles d'habillement pour hommes; vêtements et articles d'habillement pour garçons; chaussures pour hommes et garçons. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins six des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être les vêtements ou articles d'habillement pour hommes et garçons. Au moins 20% des ventes globales du magasin doivent provenir dans le groupe de vêtements pour la famille.

Meubles, appareils et articles d'ameublement ménager. Ce groupe comprend les articles suivants: literie et linge de maison; porcelaine; verrerie; articles d'ameublement ménager; meubles, de bois ou rembourrés, pour salle de séjour, salle à manger ou chambre à coucher; appareils, télévision, radio et musique; quincaillerie et articles de ménage. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins quatre des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être les meubles (de bois ou rembourrés pour salle à manger et (ou) salle de séjour et (ou) chambre à coucher). Au moins 10 % des ventes globales du magasin doivent provenir du groupe des meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.

Tous autres articles (divers). Cette catégorie comprend toutes les marchandises que tient le magasin, mais qui ne figurent pas ci-dessus, telles que: articles de toilette, cosmétiques, médicaments; appareils et fournitures photographiques; tissus à la pièce; mercerie et menus articles; bijouterie; articles de sport et valises; papeterie, livres et revues; et aliments.

least **three** different commodity lines with not one of these lines representing more than 50% of the **total** store sales. At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the all other or miscellaneous groups.

Total net sales and receipts are defined as the total sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, restaurant and other services, less returns, adjustments and discounts. Trade-in allowances are not deducted. Commissions earned from the sales of goods owned by others and proprietors' withdrawals of goods (at retail) for personal use are included. Non-trading revenues, bad debts recovered and direct sales taxes are excluded.

Stocks are defined as the selling value of inventory on hand at the end of the month or as at the end of the fiscal period falling nearest the end of the calendar month.

Accounts receivable are defined as customers' accounts and notes receivable as at the end of the month, as well as all new credit granted during the month, less payments received. Accounts discounted with banks, paper sold to sales finance companies, or amounts owing on account of credit-card plans, are excluded. Accounts receivable used as security for bank loans are not considered as discounted if still payable and are therefore included.

Junior Department Stores are defined as retailing entities which sell the same wide range of goods (see department store definition) that are sold in the more traditional (major) department stores and are popularly described as discount operations.

Methodology

The **monthly sales values**, published at the Canada, provincial and metropolitan area levels, are based on the universe of department store organizations. A 100% response rate is aimed for each month with the publication usually delayed if large department store organizations have not responded in time. The monthly sales figures are estimated when necessary, due only to late response, by applying an imputation method which is unique to each organization.

The **monthly sales values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdown of sales. The percentage

Nota: Le magasin doit tenir au moins **trois** des séries mentionnées ci-dessus, dont aucune ne doit représenter plus de 50% des ventes **globales** du magasin. Au moins 10% des ventes globales du magasin doivent provenir des groupes tous autres articles ou divers.

Les **ventes et recettes nettes totales** sont définies comme le total des ventes de marchandises neuves et usagées et des recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres services, moins les rendus, les rajustements et les remises. La valeur des reprises n'est pas déduite. Les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel sont comptées. Les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente directes sont exclus.

Les **stocks** englobent la valeur marchande des stocks détenus à la fin du mois ou de la période financière la plus rapprochée.

Par **comptes à recevoir** on entend les comptes et billets à recevoir des clients à la fin du mois, ainsi que de tout nouveau crédit consenti au cours du mois, moins les paiements reçus. Les comptes escomptés à la banque, les titres vendus à des sociétés de financement des ventes et les montants dus en vertu d'un régime de cartes de crédit ne sont pas comptés. Les comptes à recevoir servant à garantir un emprunt bancaire ne sont pas considérés comme étant escomptés s'ils sont encore payables; ils sont donc inclus.

Les **grands magasins populaires** sont définis comme étant des points de ventes au détail qui offrent la même vaste gamme d'articles (voir la définition d'un grand magasin) que les grands magasins traditionnels et qui sont généralement considérés comme des magasins à prix réduits.

Méthodologie

Le **chiffre des ventes mensuelles**, publié pour le Canada, les provinces et les régions métropolitaines, est établi en fonction de l'univers des sociétés de grands magasins. Puisque l'on vise chaque mois un taux de réponse de 100%, la publication est habituellement retardée si une grande firme n'a pas fait parvenir sa déclaration dans les délais prévus. Dans le cas d'une réponse tardive, il est possible de calculer un chiffre estimatif des ventes mensuelles grâce à une méthode d'imputation qui est unique à chaque firme.

Le **chiffre des ventes mensuelles par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes. La répartition en pourcentage des ventes

distributions of sales by department, calculated from the reporting organizations, are applied to the monthly Canada sales total in order to provide an estimate of sales by department at the Canada level.

The monthly stock values by department, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdowns of sales and stocks. A stock-to-sales ratio for each department, calculated from the reporting organizations, is applied to the corresponding department's monthly sales estimate in order to provide an estimate of stocks by department at the Canada level.

The monthly accounts receivable values, published at the Canada level, are based on a panel of department store organizations which are known to have accounts receivable. Data for late respondents are estimated by applying the monthly percentage change in accounts receivable, calculated from the reporting organizations, to the previous month's data of each organization that was late in reporting.

Data Reliability

Non-sampling Errors

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the organizations listed at the end of this publication. The survey can be considered as a complete census of the population under consideration and therefore not subject to sampling errors; however, even under a census situation, with a complete enumeration each month of all known department store locations, errors in published data can occur. These errors, called non-sampling errors, are present whether a sample or a complete census of the population is taken and can be attributed to one or more of the following sources:

Coverage error. This error can result from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

Data response error. This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses under different modes of communication.

par rayon obtenues auprès des firmes déclarant est appliquée au chiffre mensuel des ventes totales pour le pays afin d'établir une estimation des ventes par rayon pour l'ensemble du Canada.

Le chiffre des stocks mensuels par rayon publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes et des stocks. Pour chaque rayon, le rapport des ventes aux stocks (calculé à partir des déclarations des firmes) est appliqué à l'estimation des ventes mensuelles afin de produire une estimation des stocks pour le Canada.

Le chiffre des comptes à recevoir mensuel pour l'ensemble du pays provient des sociétés de grands magasins qui ont de tels comptes. Les données relatives aux enquêtes retardataires sont estimées comme suit: on calcule d'abord la variation en pourcentage des comptes à recevoir des firmes déclarantes, puis on la fait porter sur les chiffres du mois précédent de la firme retardataire.

Fiabilité des données

Erreurs non liées à l'échantillonnage

L'enquête mensuelle sur les ventes et stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins énumérées à la fin de cette publication. Étant donné qu'elle peut être considérée comme un recensement exhaustif de la population observée, elle ne risque pas de comporter des erreurs d'échantillonnage. Par contre, même les données publiées d'un recensement qui dénombre intégralement à chaque mois l'ensemble des points de vente connus des grands magasins peuvent être entachées d'erreurs. Celles-ci, dites non liées à l'échantillonnage, se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

Le champ couvert par l'enquête. L'erreur résulte d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

La réponse. Ici, l'erreur peut être attribuée à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou à des variations, d'un interviewer à l'autre dans le mode de communication retenu, lorsqu'il s'agit d'expliquer des questions et d'interpréter les réponses.

Non-response error. Some respondents may refuse to answer questions, some are unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally increases with increases in the non-response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

Processing error. These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc.

Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control so that their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates of this publication all attempts have been made to minimize the non-sampling errors: department store locations have been defined in a most precise manner; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations; detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; and every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response burden.

Non-sampling Error Measures

One source of non-sampling error is the non-response error. Text Table I assists users in evaluating this error. Two response measures are derived, namely, the **response rate**, which is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication and the **response fraction**, which is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data.

The units used in the Department Store Sales and Stocks Survey for derivation of the response rate is based on (1) the survey unit - the 10 provinces, the two territories and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations and (2) the organizational unit - the department store firm (company) themselves. For example, a department store firm reporting for 20 stores in Ontario would be considered as one survey

La non-réponse. Certains enquêtés refusent de répondre, tandis que d'autres en sont incapables et encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur les non-répondants, lorsque celles-ci existent. On ne connaît généralement pas l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure qu'augmente le taux de non-réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

Le traitement. L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération et la totalisation.

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. En outre, il faut les cerner de sorte qu'elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. En ce qui concerne les estimations du présent bulletin, tout a été mis en oeuvre afin de minimiser ce genre d'erreurs. Ainsi, les points de vente des grands magasins ont été définis avec beaucoup de précision; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum le nombre d'interprétations éventuelles; les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; enfin, on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage

Parmi les erreurs non liées à l'échantillonnage, on retrouve l'erreur de non-réponse. Le tableau explicatif I donne deux mesures de la réponse qui aideront l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. Le **taux de réponse** représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication. La **fraction de réponse**, par contre, est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés.

Les unités utilisées pour calculer le taux de réponse de l'enquête sur les ventes et les stocks des grands magasins est fondée sur (1) les unités d'enquête - soit les 10 provinces, les deux territoires et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente et (2) les unités organisationnelles - les sociétés des grands magasins elles-mêmes. Par exemple, une société de grands magasins qui produit une déclaration pour 20 magasins en Ontario est considérée comme une unité d'en-

unit and one organizational unit while a firm reporting for five stores in Vancouver, 10 in British Columbia (excluding Vancouver) and two in Yukon would be considered as three survey units but only one organizational unit.

The data variables under consideration for derivation of the **response fraction** are sales, stocks and accounts receivable.

Text Table I gives the reliability of the survey data with respect to the non-response error. The response rate is given as the percentage of survey units and the corresponding organizational units which have responded in time for inclusion in this publication. The response fraction is given as the percentage of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores. For example, a cell of 20 organizational units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25% in terms of these units. If the five units represented \$8 million out of a published estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%. In cases such as these, the response rate alone would tend to underestimate the reliability of the estimate and both measures should be considered.

quête et une unité organisationnelle alors qu'une firme dont la déclaration porte sur cinq magasins à Vancouver, 10 en Colombie-Britannique (sans Vancouver) et deux au Yukon représente trois unités d'enquête mais seulement une unité organisationnelle.

Les variables dont il faut tenir compte pour calculer la **fraction de réponse** sont les ventes, les stocks et les comptes à recevoir.

Le tableau explicatif I donne la fiabilité des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse. Le taux de réponse représente le pourcentage des unités d'enquête et des unités organisationnelles correspondantes qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans le présent bulletin. Par contre, la fraction de réponse constitue le pourcentage des données publiées qui sont fondées sur des renseignements effectivement déclarés par les grands magasins. Par exemple, le taux de réponse d'une cellule comportant 20 unités organisationnelles dont cinq répondent lors d'un mois donné atteindrait 25%. Cependant, si les cinq unités représentent 8 millions sur l'estimation publiée de \$10 millions, la fraction de réponse s'élèverait à 80%. Comme le taux de réponse aurait, à lui seul, tendance à déprécier la fiabilité de l'estimation, dans un tel cas, il faudrait tenir compte de ces deux unités de mesure.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1983
November

TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1983
Novembre

	Response rate		Response fraction
	Taux de réponse		Fraction de réponse
	Survey units	Organizational units	
	Unités d'enquête	Unités organisationnelles	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	100.0	100.0	100.0
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	58.3	87.6
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	41.7	65.2
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	100.0	100.0

Seasonal Adjustment

Time series contain the elements essential to the description, explanation and forecasting of the behaviour of an economic phenomenon: "They are statistical records of the evolution of economic processes through time." (1) In using time series to observe economic activity, economists and statisticians have identified four characteristic behavioural components: the long-term movement or trend, the cycle, the seasonal (variations) and the irregular (fluctuations). These movements are caused by various economic, natural or institutional factors. The seasonal variations occur periodically on a more or less regular basis over the course of the year as a result of seasonal changes in weather, statutory holidays and other events which occur at fairly regular intervals and thus have a major impact on the rate of economic activity.

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X-11-ARIMA seasonal adjustment method (2) to seasonally adjust its time series. This method minimizes the impact of seasonal variations on the series and essentially consists of adding one year of raw data onto each end of the original series before it is seasonally adjusted per se. The estimated data are derived from forecasts and backcasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

The X-11 part of the X-11-ARIMA program uses primarily the ratio-to-moving average method to smooth the modified series and obtain a preliminary estimate of the trend-cycle, to calculate the ratios of the original series (fitted) to the estimates of the trend-cycle and to estimate the seasonal factors from these ratios. The final seasonal factors are produced only after these operations have been repeated several times. (3) These procedures, used to determine the seasonal factors necessary to calculate the final seasonally adjusted data, are, since May 1983, executed every month instead of once a year. This permits

Désaisonnalisation

Les séries temporelles ou chronologiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. "Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps" (1). L'observation par les économistes et les statisticiens de l'activité économique à l'aide des séries temporelles a donc permis de distinguer quatre composantes principales du comportement des séries temporelles: la tendance à long terme ou trend, le mouvement cyclique, les variations saisonnières et les fluctuations irrégulières ou accidentelles. Ces mouvements sont causés par différents facteurs, soit économiques, naturels ou institutionnels. Les variations saisonnières sont les fluctuations périodiques plus ou moins régulières qui se produisent au cours d'une année en raison du cycle météorologique normal, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles avec une certaine régularité pour influencer de façon significative le taux d'activité.

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et de produire une meilleure prédiction, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI (2) afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. Cette technique consiste essentiellement à ajouter une année de données brutes à chacune des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolations prospectives et retrospectives réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressifs à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

La partie X-11 du programme X-11-ARMMI fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série modifiée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, pour calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle et pour estimer les facteurs saisonniers à partir de ces dits rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises (3). Ces étapes déterminant les facteurs saisonniers nécessaires au calcul des données désaisonnalisées finales, sont depuis mai 1983, exécutées à chaque mois au lieu d'une seule fois par an. Il nous est donc possible de mettre

1) "A Note on the Seasonal Adjustment of Economic Time Series," **Canada Statistical Review**, August 1974.

2) For further information see the **X-11-ARIMA Seasonal Adjustment Method**, by Estella Bee Dagum, Statistics Canada, Catalogue 12-564E, Occasional.

3) See next page.

(1) La désaisonnalisation des séries temporelles économiques: quelques remarques; tiré à part de la **Revue statistique du Canada**, Août 1974.

(2) Pour plus ample information voir **La méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI**, par Estella Bee Dagum, Statistique Canada, no. 12-564F au catalogue, hors série.

(3) Voir page suivante.

us to update each month the reference series from which we derive the final estimations of the seasonal factors with the previous month's revised data. However, in order to obtain the preliminary seasonally adjusted value for the current month's sales, a projected seasonal factor is used (derived from previous month's data.)

While seasonal adjustment permits a better understanding of the underlying trend-cycle of a series, the seasonally-adjusted series still contains an irregular component. Slight month-to-month variations in the seasonally adjusted series may be simple irregular movements; to get a better idea of the underlying trend, then, users must examine several months of seasonally adjusted series.

To assist the user, the Months of Cyclical Dominance number, MCD, is provided.⁽³⁾ The MCD is the shortest monthly span for which a certain ratio becomes and remains less than one, that is, the ratio for which the absolute average percentage change of the trend-cycle of the seasonally adjusted series becomes greater than the absolute average percent change of the irregular component. The MCD can be interpreted as the number of months over which a change in the seasonally adjusted series must move in a given direction before one can be reasonably certain that the trend-cycle of that series also has moved in the given direction. Clearly small MCD's are desirable and indicative of a smooth series. Applying a moving average to the seasonally adjusted data of MCD length tends to smooth irregular movements which may obscure the underlying trend-cycle. The MCD moving average provides a method of reducing all types of series to approximately the same degree of smoothness whatever the size of the irregular component in the original series.

Constant Dollar Estimates

To obtain constant dollar estimates of total department store sales (Text Table II), estimates of sales by department group are deflated using department group implicit price indices supplied by the Industry Product Division of Statistics Canada. These deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars. The published price index is an implicit index calculated by dividing the total current dollar sales estimate by the total constant dollar sales estimate.

à jour mensuellement les séries de référence desquelles on dérive les estimations finales des facteurs saisonniers, en employant les données les plus récentes disponibles. Toutefois, afin d'obtenir la valeur préliminaire des ventes désaisonnalisées pour le mois courant, on utilise une prévision du facteur saisonnier fondée sur les données disponibles le mois précédent.

Bien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent n'être que de simples mouvements irréguliers; pour avoir une meilleure idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

À cette fin, on retient l'usage des mois de dominance cyclique, ou MDC.⁽³⁾ Il s'agit du plus petit nombre de mois pour lesquels un certain rapport devient et reste inférieur à l'unité; autrement dit, il s'agit de la période pendant laquelle le taux de variation moyen absolu de la tendance-cycle de la série désaisonnalisée est supérieur à celui de la composante irrégulière. Le MDC peut être considéré comme le nombre de mois que doit durer une variation de la série désaisonnalisée dans une direction donnée avant qu'on puisse être raisonnablement certain que la tendance-cycle de la série évolue dans la même direction. Ainsi, un MDC peu élevé est souhaitable puisqu'il indique la présence d'une série lisse. L'application d'une moyenne mobile aux données désaisonnalisées de période égale au MCD tend à lisser les mouvements irréguliers pour dissimuler la tendance-cycle fondamentale. La méthode de la moyenne mobile du MCD permet de réduire tous les genres de série à peu près au même niveau de lissage, quelle que soit la taille de la composante irrégulière dans la série initiale.

Estimations en dollars constants

Afin d'obtenir la valeur estimative de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants (tableau explicatif II), les estimations des ventes relatives aux principaux groupes de départements sont dégonflées au moyen des indices implicites de prix appropriés fournis par la Division du produit industriel de Statistique Canada. Les estimations de ces groupes de rayons ainsi dégonflées sont par la suite totalisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants. L'indice des prix qui est publié est un indice implicite obtenu en divisant le chiffre estimatif des ventes totales en dollars courants par l'estimation correspondante en dollars constants.

⁽³⁾ See Tables 30.

⁽³⁾ Voir les tableaux 30.

TEXT TABLE II. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1981-1983

TABLEAU EXPLICATIF II. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1981-1983

Period	Price index	Current dollars unadjusted	Year/year per cent change	Constant 1971 dollars unadjusted	Year/year per cent change
Période	Indice des prix	Dollars courants non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1971 non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année
		'000	%	'000	%
1981:					
January - Janvier	185.2	643,821	+ 14.5	347,636	+ 4.0
February - Février	189.3	568,767	+ 9.1	300,458	- 0.7
March - Mars	190.0	688,718	+ 11.3	362,483	+ 2.0
April - Avril	192.1	793,595	+ 16.0	413,116	+ 6.4
May - Mai	193.5	822,881	+ 7.1	425,261	- 1.0
June - Juin	193.3	835,934	+ 20.8	432,454	+ 12.0
July - Juillet	193.2	757,743	+ 6.8	392,207	- 1.5
August - Août	195.2	786,492	+ 7.5	402,915	- 0.9
September - Septembre	195.7	848,390	+ 5.3	433,516	- 2.6
October - Octobre	198.1	892,549	+ 8.3	450,555	- 0.6
November - Novembre	199.0	1,036,498	+ 4.6	520,853	- 3.1
December - Décembre	198.1	1,542,685	+ 5.8	778,741	- 1.7
Year - Année	194.3	10,218,073	+ 9.1	5,260,195	+ 0.6
1982:					
January - Janvier	198.6	600,051	- 6.8	302,140	- 13.1
February - Février	204.8	578,049	+ 1.6	282,250	- 6.1
March - Mars	204.1	694,137	+ 0.8	340,097	- 6.2
April - Avril	206.4	788,971	- 0.6	382,253	- 7.5
May - Mai	208.5	813,933	- 1.1	390,376	- 8.2
June - Juin	207.4	790,853	- 5.4	381,318	- 11.8
July - Juillet	205.7	763,949	+ 0.8	371,390	- 5.3
August - Août	207.2	775,727	- 1.4	374,386	- 7.1
September - Septembre	205.2	861,179	+ 1.5	419,678	- 3.2
October - Octobre	208.1	859,187	- 3.7	412,872	- 8.4
November - Novembre	208.8	1,073,558	+ 3.6	514,156	- 1.3
December - Décembre	208.4	1,608,478	+ 4.3	771,822	- 0.9
Year - Année	206.5	10,208,072	- 0.1	4,942,738	- 6.0
1983:					
January - Janvier	206.6	623,426	+ 3.9	301,755	- 0.1
February - Février	213.2	604,104	+ 4.5	283,351	+ 0.4
March - Mars	211.9	787,578	+ 13.5	371,674	+ 9.3
April - Avril	215.4	775,268	- 1.7	359,920	- 5.8
May - Mai	215.8	840,268	+ 3.2	389,373	- 0.3
June - Juin	214.9	920,164	+ 16.4	428,182	+ 12.3
July - Juillet	212.9	813,792	+ 6.5	382,241	+ 2.9
August - Août	213.8	850,941	+ 9.7	398,008	+ 6.3
September - Septembre	211.1	922,067	+ 7.1	436,792	+ 4.1
October - Octobre	214.3	922,014	+ 7.3	430,245	+ 4.2
November - Novembre	215.1	1,138,763	+ 6.1	529,411	+ 3.0
December - Décembre					
Year - Année					

Data Confidentiality

Statistics Canada is prohibited by law from publishing any statistics which would divulge information relating to any identifiable business without the previous consent in writing of that business(4). The disclosure of data likely to reveal specific information on the activity of a particular company is therefore systematically and rigorously controlled and regulated to prevent the publication or disclosure of any information deemed confidential. The rules regarding the confidentiality of parts of the results of merchandising surveys are therefore applied in such a way that no data are shown for cells (or statistical units) composed of fewer than three companies or of three or more if these are dominated by one or two companies. Then, in the publication itself, the information is withheld on this designated cell by entering an "X" in the appropriate boxes.

Another way of preserving data confidentiality without having to enter an "X" is to combine (consolidate) the information from selected regions (or selected cells) for the same item. The data in question can then simply be aggregated and published in a less detailed, but still confidential, form. For example, in many cases the data for the Northwest Territories and the Yukon are included with the British Columbia data.

The rigorous application of these rules preserves the confidentiality of the information and ultimately has little effect on the dissemination of merchandising survey results.

Explanatory Notes

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios(5) are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

(4) See Section 16 of the Statistics Act (Chapter 15), entitled "Secrecy".

(5) See Table 26.

Confidentialité des données

La loi interdit à Statistique Canada de diffuser au grand public des données qui pourraient servir à identifier une entreprise ou certaines de ses caractéristiques, sans avoir obtenu préalablement l'autorisation écrite de cette dernière(4). Ainsi, le dévoilement de données susceptibles de révéler des renseignements précis sur l'activité d'une entreprise particulière est systématiquement contrôlé suivant des dispositions strictes de telle sorte qu'aucun renseignement jugé secret ne soit publié ou divulgué. L'application des règles sur le caractère secret d'une partie des résultats des enquêtes sur le commerce s'établit donc de manière à ce qu'aucune donnée ne soit révélée pour des cellules (ou unités statistiques) composées de moins de trois compagnies, ou encore de trois ou plus lorsque celles-ci sont dominées par une ou deux compagnies. Par la suite l'information concernant ces cellules est dissimulée en inscrivant un X aux différents postes visés dans la publication.

Une autre façon de préserver le caractère confidentiel de l'information sans pour autant avoir à mettre des "X", consiste à grouper (consolider) pour certaines régions (ou certaines cellules) l'information d'un même poste. Il suffit alors d'agréger les données visées et de les présenter sous une forme moins détaillée mais qui respecte la consigne de confidentialité. Par exemple dans bien des cas, les données relatives aux Territoires du Nord-Ouest et du Yukon sont incluses avec celles de la Colombie-Britannique.

Ainsi, par l'application rigoureuse de ces règles, le caractère privé de l'information est préservé et n'affecte que très marginalement, en fin de compte, la diffusion des résultats des enquêtes sur le commerce.

Notes explicatives

Les variations des ventes en pourcentage décrites dans la présente publication est fondée sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elle tient compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermés; autrement dit, elle ne se limite pas aux magasins qui ont été exploités pendant toutes les périodes en cause.

On obtient les ratios stocks-ventes(5) en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

(4) Voir l'article 16, intitulée Secret, du chapitre 15 de la Loi sur la statistique.

(5) Voir tableau 26.

The sales-stocks ratios(6) are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the January issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks are published yearly in the March issue of this publication. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The number of shopping days that this publication is based on varies from month to month. See Text Table III for the number of shopping days the current publication is based on.

(5) See Table 27.

On obtient les ratios ventes-stocks(6) en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement.

La liste de référence des marchandises, qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de janvier.

Les chiffres révisés des ventes et des stocks des grands magasins sont publiés chaque année dans le numéro de mars du présent bulletin. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Le tableau explicatif III donne le nombre de jours pour la période la plus récente.

(6) Voir tableau 27.

TEXT TABLE III. Number of Shopping Days, by Month, 1982 and 1983

TABLEAU EXPLICATIF III. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1982 et 1983

	1983		1982	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	25	4	25	5
February - Février	24	4	24	4
March - Mars	27	4	27	4
April - Avril	25	5	25	4
May - Mai	25	4	26	5
June - Juin	26	4	26	4
July - Juillet	25	5	26	5
August - Août	26	4	26	4
September - Septembre	25	4	25	4
October - Octobre	25	5	25	5
November - Novembre	26	4	26	4
December - Décembre	26	5	26	3

Chart — 1

Graphique —

Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981 – 1983

Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1981 – 1983

\$ millions

\$ millions

1,800 —
1,700 —
1,600 —
1,500 —
1,400 —
1,300 —
1,200 —
1,100 —
1,000 —
900 —
800 —
700 —
600 —
500 —

1,8 —
1,7 —
1,6 —
1,5 —
1,4 —
1,3 —
1,2 —
1,1 —
1,0 —
9 —
8 —
7 —
6 —
5 —

Semi-logarithmic scale

Échelle semi-logarithmique

Unadjusted

Non désaisonné

Seasonally Adjusted

Désaisonné

J 1981 J 1982 J 1983 D

Chart — 2

Graphique —

Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981 – 1983

Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1981 – 1983

\$ billions — \$ milliards

\$ billions — \$ milliards

4.0 —
3.5 —
3.0 —
2.5 —
2.0 —

4 —
3.5 —
3 —
2.5 —
2 —

Seasonally Adjusted

Désaisonné

Unadjusted

Non désaisonné

Semi-logarithmic scale

Échelle semi-logarithmique

J 1981 J 1982 J 1983 D

Chart — 3
 Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1981 – 1983
 Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1981 – 1983

Graphique — 3

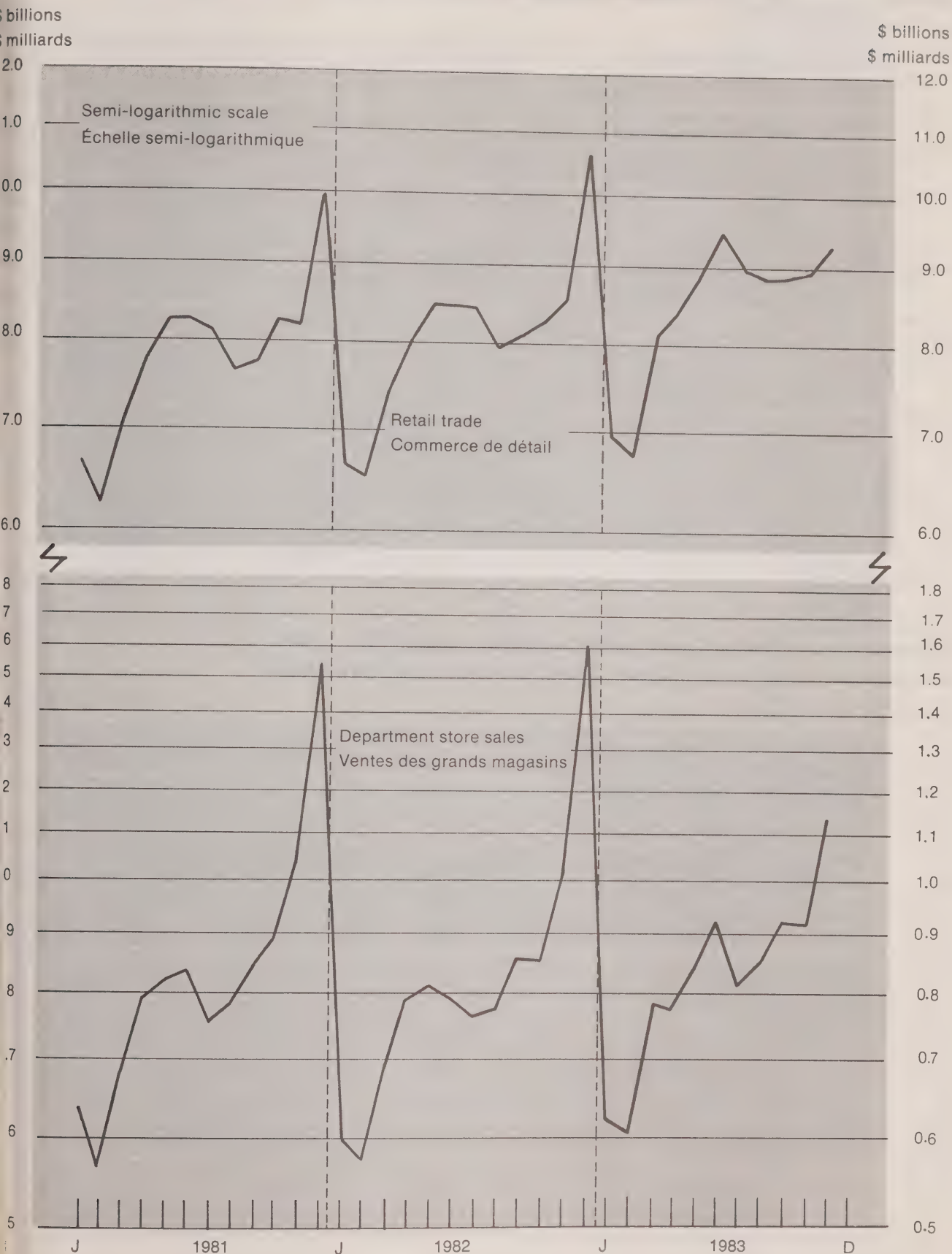


Chart — 4

Graphique —

Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1981 - 1983

Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1981 - 1983

\$ millions

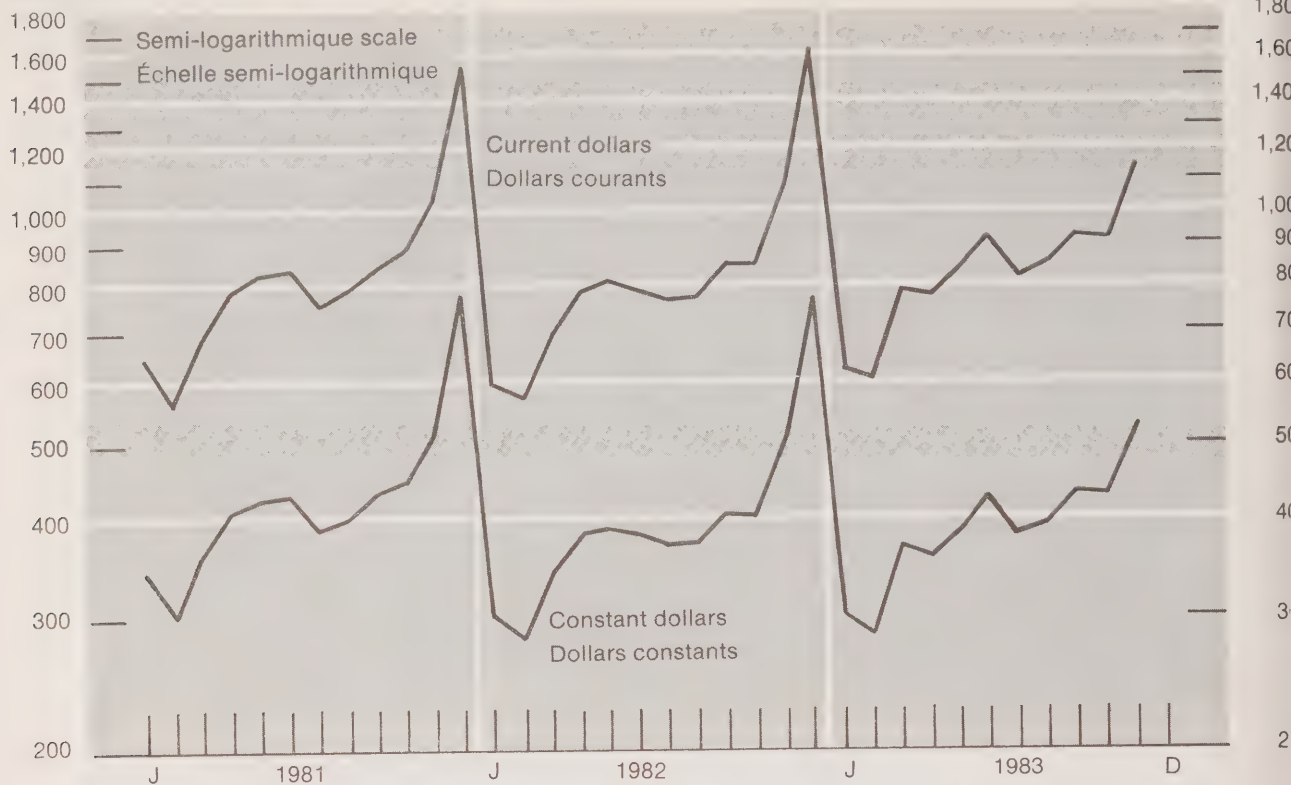


Chart — 5

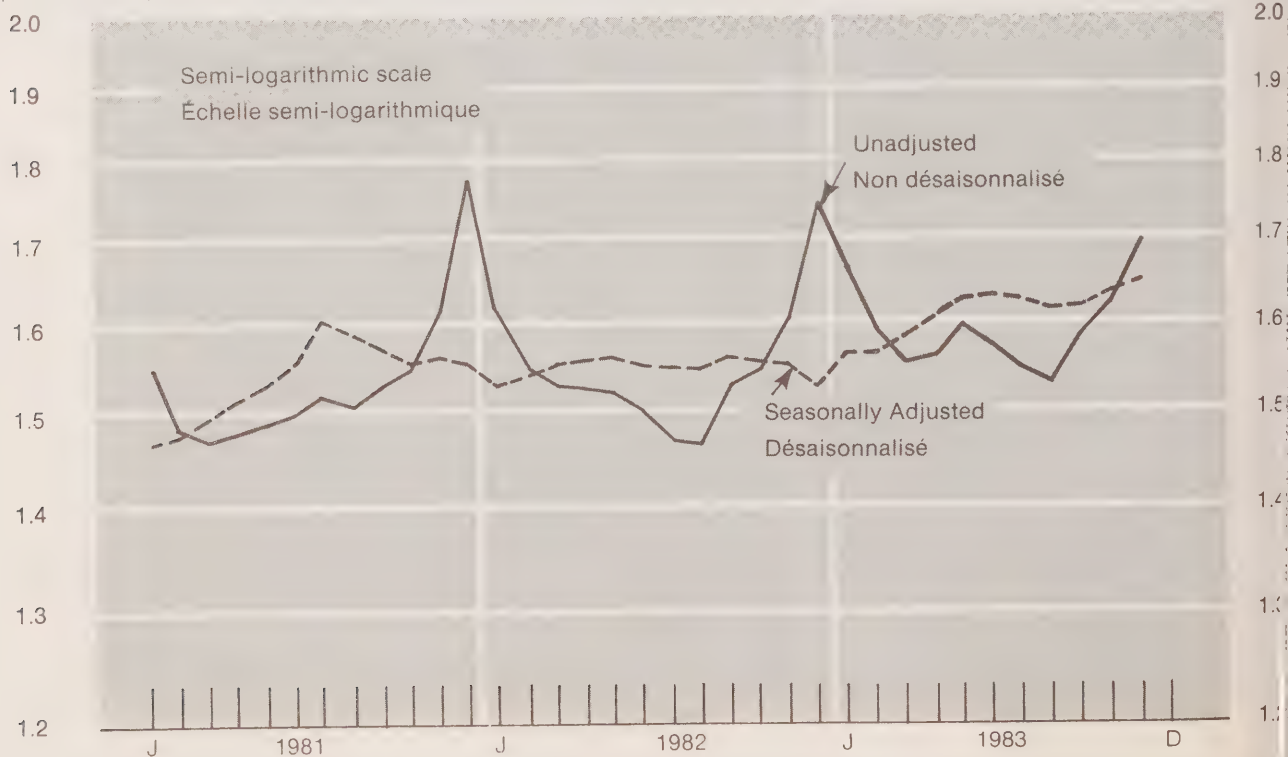
Graphique —

Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1981 - 1983

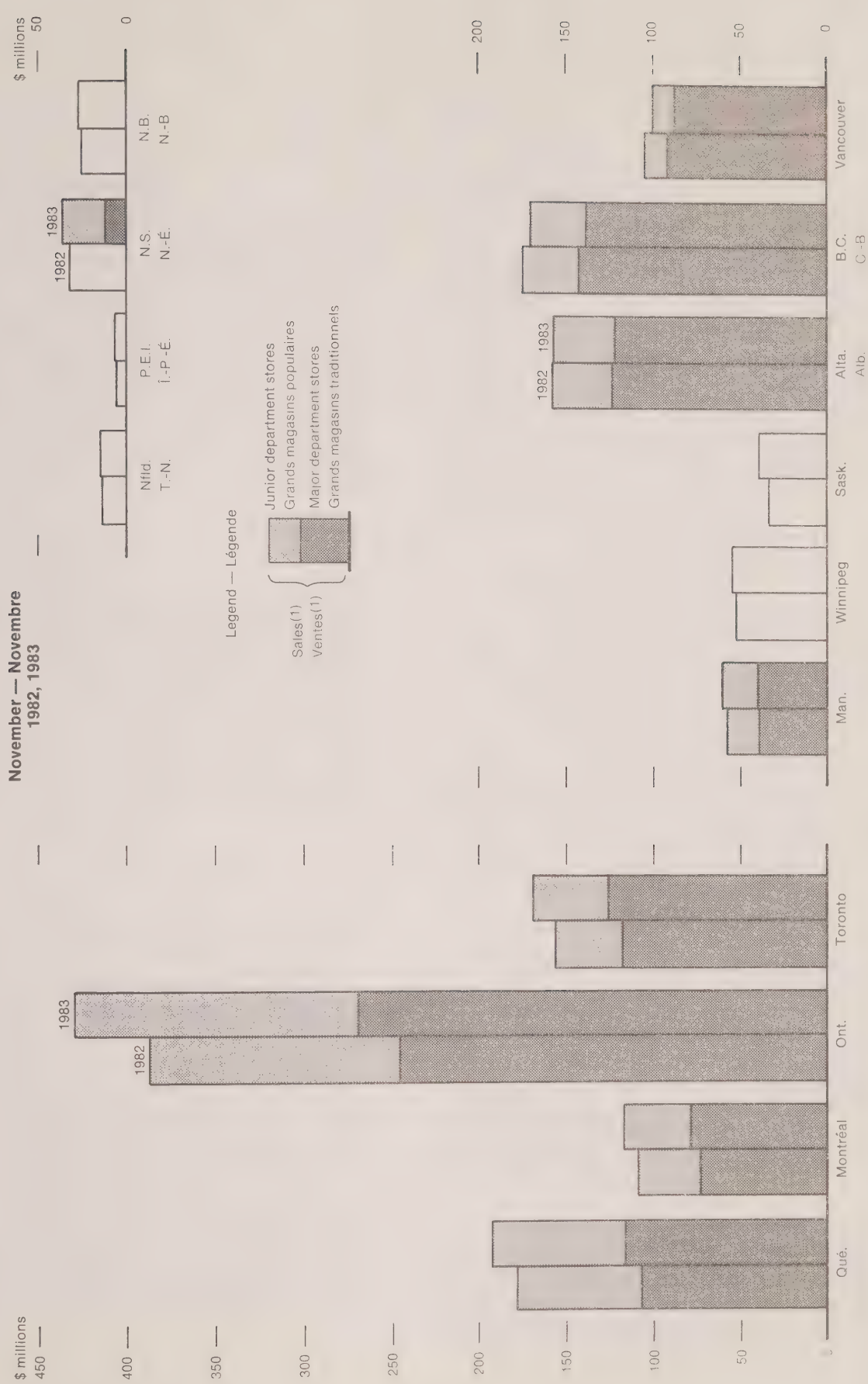
Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981 - 1983

\$ milliards - \$ billions

\$ milliards - \$ billions



Department Store Sales; Provincial Distribution by Type of Organization Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisations



(1) For reasons of confidentiality, the split between the two groups (Major-Junior) is not shown for some regions.
(1) Pour des raisons de confidentialité, nous ne montrons pas, pour certaines régions, la subdivision en deux groupes (Traditionnels-Populaires).

HIGHLIGHTS

Seasonally adjusted sales

Total department store sales in November 1983, adjusted for seasonal variations and the number of trading days, decreased 2.1% from the revised preceding month's level (\$928.6 million) to \$909.2 million. On a month to month comparison, the departments recording the largest sales decreases were furs (- 16.3%), jewellery (- 11.0%) and plumbing, heating and building materials (- 10.6%), while the most notable sales increases were recorded by stationery, books and magazines (+ 14.4%), men's and boys' footwear (+ 13.2%) and all other departments (+ 11.3%).

Unadjusted sales

Unadjusted department store sales totalled \$1,138.8 million in November 1983, up 6.1% over November 1982. Sales were higher in 28 of the 40 departments, with the most notable gains in toys and games (+ 32.4%), stationery, books and magazines (+ 25.1%) and furs (+ 20.9%), while the largest sales decreases were recorded by women's and misses' dresses, house dresses, aprons and uniforms (- 12.8%), sporting goods, and luggage (- 11.4%) and girls' and teenage girls' wear (- 7.9%).

With the exception of Alberta (- 0.3%), British Columbia (- 2.8%) and the Yukon and Northwest Territories (- 6.0%) which had decreased department store sales over last year, the remaining provinces showed sales increases in November 1983 from the same month a year earlier, with advances ranging from 4.6% in Manitoba to 13.6% in Saskatchewan. Seven of the ten metropolitan areas covered by the survey reported sales increases ranging from 4.3% in Winnipeg to 13.4% in Ottawa-Hull, while decreases were registered in Calgary (- 2.2%), Edmonton (-0.8%) and Vancouver (- 5.0%).

Total sales by major department store organizations increased 4.7% from the same month last year to \$741.9 million, while junior department store organizations sales registered an increase of 8.8% to \$396.9 million.

POINTS SAILLANTS

Ventes désaisonnalisées

Les ventes des grands magasins en novembre 1983, corrigées en fonction des variations saisonnières et du nombre de journées d'affaires, ont baissé de 2.1% par rapport à celles d'octobre 1983 (\$928.6 millions - montant révisé) pour se chiffrer à \$909.2 millions. Sur une base de comparaison mensuelle, on a constaté les baisses les plus fortes pour les rayons de fourrures (- 16.3%), de bijouteries (- 11.0%) et du matériel de plomberie, chauffage et construction (- 10.6%), tandis que les augmentations les plus notables ont été enregistrées par les rayons de papeterie, livres et revues (+ 14.4%), de chaussures pour hommes et garçons (+ 13.2%) et de tous les autres rayons (+ 11.3%).

Ventes non désaisonnalisées

Les ventes des grands magasins, sans ajustements saisonniers, se sont chiffrées à \$1,138.8 millions en novembre 1983, soit une hausse de 6.1% par rapport au mois de novembre 1982. Des 40 rayons pour lesquels on recueille des données, 28 ont indiqué des gains. Les hausses les plus fortes ont été enregistrées par les rayons de jouets et jeux (+ 32.4%), de papeterie, livres et revues (+ 25.1%) et de fourrures (+ 20.9%). Les baisses des ventes les plus appréciables ont été signalées dans les rayons de robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles (- 12.8%), d'articles de sport et valises (- 11.4%) et de vêtements de fillettes et d'adolescentes (- 7.9%).

À l'exception de la Colombie-Britannique (- 2.8%), de l'Alberta (- 0.3%) et du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest (- 6.0%), toutes les provinces ont enregistré des hausses de leurs ventes en novembre 1983 comparativement à celles de novembre 1982, ces augmentations ont varié de 4.6% au Manitoba à 13.6% en Saskatchewan. Sept des dix régions métropolitaines couvertes par l'enquête ont rapporté des augmentations des ventes. Ces hausses se sont échelonnées de 4.3% à Winnipeg à 13.4% à Ottawa-Hull, tandis que les baisses ont été notées pour Calgary (- 2.2%), Edmonton (- 0.8%) et Vancouver (- 5.0%).

Les ventes totales par les organisations de grands magasins traditionnels ont augmenté de 4.7% par rapport au même mois l'an dernier pour s'établir à \$741.9 millions, tandis que les ventes des organisations de grands magasins populaires ont quant à elles augmenté de 8.8% pour se chiffrer à \$396.9 millions.

Cumulative unadjusted sales for all department stores for the first eleven months of 1983 reached \$9,198.4 million, 7.0% higher than in the January - November 1982 period.

In November 1983, there were 803 retail locations operated by department store organizations. This number is unchanged both from the number of locations in November 1982 and in October 1983. Of this total number, 337 were operated by major department store organizations and 466 by junior department store organizations.

In November 1983, total department store sales constituted 12.2% of all retail sales in Canada, a slight decrease over the 12.6% share held in November 1982.

Stocks

The unadjusted selling value of stocks held, in November 1983, at \$3,854.9 million, showed an increase of 14.2% over the same month a year earlier. The value of seasonally adjusted stocks, in November 1983, at \$3,379.7 million was 5.3% higher than the revised value of stocks in October 1983, at \$3,208.9 million.

Les ventes cumulatives, sans ajustements, pour l'ensemble des rayons et pour les onze premiers mois de 1983, ont atteint \$9,198.4 millions, soit 7.0% de plus qu'au cours de la période correspondante en 1982.

En novembre 1983, on a dénombré 803 points de vente opérés par les organisations de grands magasins dans leur ensemble, soit le même nombre qu'en octobre 1983 et en novembre 1982. De ce nombre, 337 étaient exploités par les organisations des grands magasins traditionnels et 466 par les organisations de grands magasins populaires.

Les ventes totales des grands magasins ont représenté à elles seules 12.2% de l'ensemble des ventes au détail au Canada en novembre 1983, soit un léger recul par rapport au 12.6% mesuré en novembre 1982.

Stocks

La valeur marchande non désaisonnalisée des stocks détenues en novembre 1983, a augmenté de 14.2% par rapport au mois correspondant l'année dernière pour atteindre \$3,854.9 millions. La valeur désaisonnalisée des inventaires a quant à elle haussé de 5.3% par rapport à la valeur révisée du mois précédent (\$3,208.9 millions) et s'est élevée à \$3,379.7 millions.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983

		1983							
		January	February	March	April	May	June	July	August
Department		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.		thousands of dollars							
		milliers de dollars							
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	8,000	9,881	13,471	16,112	19,700	19,845	13,603	14,749
2	Women's and misses' coats and suits	10,723	10,458	15,580	14,203	8,559	6,324	6,200	16,260
3	Women's and misses' sportswear	28,150	33,825	46,361	45,564	53,968	56,195	42,293	48,126
4	Furs	4,549	3,129	2,185	888	265	507	1,102	1,792
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	16,675	16,265	21,393	20,181	20,894	22,096	19,934	24,852
6	Girls' and teenage girls' wear	8,145	10,262	17,871	13,778	14,364	14,684	11,191	22,437
7	Lingerie and women's sleepwear	10,209	11,139	13,859	14,299	16,315	18,332	15,129	14,678
8	Intimate apparel	7,304	6,903	9,839	10,031	10,127	11,519	9,573	10,245
9	Millinery	1,248	1,014	996	1,265	1,068	1,147	1,056	1,099
10	Women's and girls' hosiery	8,084	7,388	10,198	10,279	10,275	9,348	7,186	7,565
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	8,462	8,016	11,913	12,530	13,478	13,170	9,886	10,833
12	Women's, misses' and children's footwear	13,164	13,026	21,320	22,975	24,045	25,623	17,559	23,014
13	Men's clothing	20,728	20,022	33,035	30,355	28,958	36,956	24,291	28,666
14	Men's furnishings	22,542	22,525	32,921	31,197	35,442	53,679	33,979	33,129
15	Boys' clothing and furnishings	6,444	6,563	10,928	11,588	11,500	12,330	9,717	18,925
16	Men's and boys' footwear	8,868	9,036	14,514	14,667	15,377	17,997	13,017	14,406
17	Food and kindred products	47,381	58,103	56,030	56,437	57,065	51,993	49,537	56,098
18	Toiletries, cosmetics and drugs	37,336	37,530	44,134	43,159	44,391	45,218	43,100	46,212
19	Photographic equipment and supplies	9,261	8,365	10,481	10,264	11,237	14,196	13,340	13,553
20	Piece goods	3,456	3,554	4,753	4,123	4,364	4,380	3,662	4,553
21	Linens and domestics	28,304	16,064	22,030	22,807	23,457	30,297	28,701	28,311
22	Smallwares and notions	9,028	7,082	7,891	7,292	6,446	6,917	7,066	7,478
23	China and glassware	7,526	8,433	11,208	8,917	12,170	10,081	10,467	9,831
24	Floor coverings	9,403	9,453	13,007	11,602	11,751	12,583	13,920	13,673
25	Draperies, curtains and furniture coverings	10,267	10,307	13,881	14,587	15,618	16,771	16,049	14,904
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6,757	5,517	8,098	7,082	6,813	7,067	7,599	7,673
27	Furniture	38,133	30,277	42,496	36,181	45,869	47,511	58,663	48,979
28	Major appliances	33,665	27,750	36,223	32,836	39,210	53,928	58,752	44,733
29	Television, radio and music	35,142	28,086	37,902	29,958	31,154	32,163	35,899	37,362
30	Housewares and small electrical appliances	25,485	29,189	27,641	30,264	31,637	35,622	32,479	32,248
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	17,735	16,407	21,138	24,991	34,066	32,643	25,960	22,155
32	Plumbing, heating and building materials	7,215	7,741	8,596	10,769	12,333	15,973	13,417	11,092
33	Jewellery	9,595	11,087	15,406	15,614	17,180	18,072	14,677	16,015
34	Toys and games	8,046	9,298	13,446	14,515	14,056	15,753	16,345	16,442
35	Sporting goods and luggage	18,064	14,512	20,091	24,452	29,577	35,179	29,539	22,668
36	Stationery, books and magazines	19,259	19,368	24,920	22,491	22,491	25,105	22,438	31,265
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	12,734	11,080	15,085	16,239	18,953	20,334	17,292	16,743
38	Meals and lunches	18,021	16,954	20,384	19,454	19,412	21,151	20,508	21,458
39	Repairs and services	7,763	8,193	10,091	9,431	9,417	10,331	9,075	9,560
40	All other departments	20,555	20,302	26,262	31,891	37,266	37,144	29,591	27,159
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	623,426	604,104	787,578	775,268	840,268	920,164	813,792	850,941

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1983		1982			Change - Variation		Rayon	Nº
September	October	November	November	December	November/ October 1983	November 1983/1982		
Septembre	Octobre	Novembre	Novembre	Décembre	Novembre/ octobre 1983	Novembre 1983/1982		
thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
14,750	14,240	15,835	18,151	23,253	+ 11.2	- 12.8	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
18,437	24,923	24,959	25,071	22,116	+ 0.1	- 0.4	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
64,055	52,109	55,376	51,645	69,090	+ 6.3	+ 7.2	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
2,665	5,796	7,156	5,917	6,303	+ 23.5	+ 20.9	Fourrures	4
25,964	26,090	26,916	27,165	37,027	+ 3.2	- 0.9	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
16,027	15,408	18,069	19,628	26,576	+ 17.3	- 7.9	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
17,762	18,495	26,174	25,027	45,884	+ 41.5	+ 4.6	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
11,603	9,635	10,558	10,595	14,486	+ 9.6	- 0.3	Sous-vêtements	8
1,591	2,264	3,606	3,504	4,528	+ 59.3	+ 2.9	Chapeaux	9
13,067	11,908	12,290	13,049	18,176	3.2	- 5.8	Bas pour dames et fillettes	10
16,779	17,485	25,121	22,465	36,331	+ 43.7	+ 11.8	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
31,020	28,615	32,626	31,052	30,873	+ 14.0	+ 5.1	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
39,583	36,865	52,789	50,614	66,262	+ 43.2	+ 4.3	Vêtements pour hommes	13
42,187	40,665	63,173	57,827	110,234	+ 55.3	+ 9.2	Articles d'habillement pour hommes	14
12,331	11,656	15,406	14,678	24,023	+ 32.2	+ 5.0	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
17,522	15,923	21,995	20,556	24,274	+ 38.1	+ 7.0	Chaussures pour hommes et garçons	16
50,890	55,281	70,065	67,523	81,194	+ 26.7	+ 3.8	Produits alimentaires et connexes	17
47,129	50,547	60,572	56,485	110,167	+ 19.8	+ 7.2	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
12,525	11,658	15,795	15,643	32,585	+ 35.5	+ 1.0	Appareils et fournitures photographiques	19
4,734	5,059	5,271	5,561	4,666	+ 4.2	- 5.2	Tissus à la pièce	20
32,714	27,654	28,602	27,882	43,982	+ 3.4	+ 2.6	Literie et linge de maison	21
10,319	9,651	10,557	10,960	12,620	+ 9.4	- 3.7	Menus articles	22
11,592	10,668	18,145	16,440	35,009	+ 70.1	+ 10.4	Porcelaine et verrerie	23
12,713	14,765	15,798	14,117	11,645	+ 7.0	+ 11.9	Revêtements de plancher	24
15,753	15,895	17,172	16,323	18,340	+ 8.0	+ 5.2	Tentures, rideaux et housses	25
8,766	8,887	12,581	12,727	21,127	+ 41.6	- 1.1	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
42,398	44,768	43,434	40,459	42,085	- 3.0	+ 7.4	Meubles	27
44,435	49,047	45,989	42,784	43,480	- 6.2	+ 7.5	Gros appareils ménagers	28
51,251	45,553	56,665	50,778	80,007	+ 24.4	+ 11.6	Télévision, radio et musique	29
33,608	36,321	43,570	43,025	79,674	+ 20.0	+ 1.3	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
23,291	25,712	27,362	25,786	35,503	+ 6.4	+ 6.1	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
10,601	12,422	11,459	10,333	12,214	- 7.8	+ 10.9	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
19,952	17,133	26,151	27,977	65,752	+ 52.6	- 6.5	Bijouterie	33
16,929	26,177	58,854	44,461	80,677	+ 124.8	+ 32.4	Jouets et jeux	34
20,852	18,865	24,534	27,706	50,879	+ 30.1	- 11.4	Articles de sport et valises	35
31,175	24,377	41,136	32,892	68,147	+ 68.7	+ 25.1	Papeterie, livres et revues	36
16,046	19,676	21,805	22,207	22,701	+ 10.8	- 1.8	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
21,511	21,396	24,606	23,939	32,413	+ 15.0	+ 2.8	Repas et casse-croûtes	38
10,180	10,860	13,833	11,908	13,405	+ 27.4	+ 16.2	Services et travaux de réparation	39
27,360	27,565	32,758	28,698	50,850	+ 18.8	+ 14.1	Tous autres rayons	40
922,067	922,014	1,138,763	1,073,558	1,608,478	+ 23.5	+ 6.1	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983(1)

No.	Department	1983						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	14,131	15,198	15,564	14,465	15,341	17,661	14,385
2	Women's and misses' coats and suits	14,489	14,848	15,034	14,564	15,895	15,772	14,160
3	Women's and misses' sportswear	47,558	52,614	52,261	44,450	49,066	57,230	48,484
4	Furs	2,844	2,872	2,827	3,273	1,503	2,674	2,150
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	24,337	23,921	24,655	19,822	22,654	24,893	22,976
6	Girls' and teenage girls' wear	16,326	16,585	19,204	13,892	15,509	16,544	14,746
7	Lingerie and women's sleepwear	18,785	18,558	18,861	16,727	17,875	20,383	17,712
8	Intimate apparel	9,707	9,798	10,348	9,423	9,700	10,323	10,071
9	Millinery	1,690	1,781	1,711	1,708	1,733	1,878	1,840
10	Women's and girls' hosiery	10,141	10,280	10,967	9,802	10,764	10,985	10,873
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	14,824	14,328	15,459	14,300	15,167	15,887	15,254
12	Women's, misses' and children's footwear	22,540	23,396	23,283	20,850	22,541	26,635	23,436
13	Men's clothing	33,241	33,802	36,438	33,089	33,197	37,074	34,982
14	Men's furnishings	39,818	41,650	47,138	39,840	44,067	49,718	45,279
15	Boys' clothing and furnishings	12,164	12,228	13,496	11,427	12,983	14,401	13,255
16	Men's and boys' footwear	14,571	15,047	17,403	13,446	15,292	16,902	16,444
17	Food and kindred products	57,024	58,483	61,248	54,986	57,007	57,870	57,933
18	Toiletries, cosmetics and drugs	49,914	49,928	51,807	47,513	50,155	51,168	50,999
19	Photographic equipment and supplies	13,569	14,115	14,264	12,725	13,854	13,666	13,638
20	Piece goods	4,179	4,147	4,287	3,900	4,320	4,828	4,801
21	Linens and domestics	27,485	26,588	28,042	27,397	26,984	29,796	27,984
22	Smallwares and notions	8,512	8,369	8,603	8,081	8,572	8,883	8,822
23	China and glassware	11,784	13,897	14,421	11,345	13,992	12,328	13,296
24	Floor coverings	11,671	11,499	12,990	11,597	11,736	12,364	13,819
25	Draperies, curtains and furniture coverings	13,934	15,198	14,479	13,859	15,062	15,037	14,933
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	9,074	8,578	9,710	8,821	8,752	8,509	8,918
27	Furniture	38,614	39,805	44,010	38,757	42,345	43,453	50,663
28	Major appliances	36,204	38,211	39,775	36,136	40,131	50,389	48,379
29	Television, radio and music	39,857	40,522	43,772	38,215	42,284	40,997	43,298
30	Housewares and small electrical appliances	37,366	39,460	37,807	34,823	34,413	37,978	36,096
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	24,529	24,300	26,413	23,749	27,900	27,633	26,364
32	Plumbing, heating and building materials	10,650	11,064	10,034	9,831	10,105	12,750	11,612
33	Jewellery	21,132	21,124	21,294	20,167	20,542	20,622	20,121
34	Toys and games	23,283	24,034	27,430	21,371	24,208	25,471	25,572
35	Sporting goods and luggage	25,288	25,712	27,677	24,725	25,183	26,786	26,758
36	Stationery, books and magazines	26,292	27,449	33,459	28,557	29,170	29,932	30,037
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	17,265	16,269	17,028	16,714	18,423	19,434	18,035
38	Meals and lunches	21,168	20,986	20,920	20,539	20,944	21,668	21,912
39	Repairs and services	9,267	10,150	10,372	9,692	9,714	10,576	10,605
40	All other departments	29,940	29,600	31,013	29,065	28,760	32,557	31,867
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	865,148	884,731	928,419	821,620	884,672	963,938	928,977

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1982 et 1983(1)

1983		1982				Change - Variation		Rayon	N°
August	September	October ^P	November ^P	November	December	November/ October 1983			
Août	Septembre	Octobre ^P	Novembre ^P	Novembre	Décembre	Novembre/ octobre 1983			
Thousands of dollars							per cent		
milliers de dollars							pourcentage		
15,623	14,407	15,105	14,308	16,607	16,309	- 5.3		Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
14,310	14,852	15,572	14,605	16,531	14,111	- 6.2		formes pour dames et jeunes filles	
49,758	50,292	51,491	48,639	44,475	46,435	- 5.5		Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
2,306	2,658	4,331	3,627	3,153	2,661	- 16.3		filles	
23,146	23,657	24,114	22,494	23,068	23,259	- 6.7		Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
								Fourrures	4
								Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
								de chambres d'enfants	
15,644	13,988	15,724	15,415	16,227	16,721	- 2.0		Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
19,395	18,572	19,804	18,863	17,777	17,801	- 4.8		Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
10,241	10,649	10,811	9,958	10,509	10,161	- 7.9		Sous-vêtements	8
1,777	1,706	1,742	1,682	1,701	1,725	- 3.4		Chapeaux	9
9,364	10,649	10,719	10,217	11,128	10,704	- 4.7		Bas pour dames et fillettes	10
14,176	15,215	16,439	16,429	14,907	14,783	- 0.1		Gants, moufles et articles de parure pour	11
23,380	24,132	24,377	24,928	24,598	22,882	+ 2.3		dames et fillettes	
33,962	35,023	34,639	35,970	35,017	34,576	+ 3.8		Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
44,104	43,627	44,439	42,003	38,775	40,957	- 5.5		enfants	
13,030	12,001	12,375	12,543	12,135	12,112	+ 1.4		Vêtements pour hommes	13
								Articles d'habillement pour hommes	14
								Vêtements et articles d'habillement pour	15
								garçons	
15,568	15,235	15,274	17,284	16,922	15,159	+ 13.2		Chaussures pour hommes et garçons	16
56,009	56,858	58,480	59,895	57,045	57,362	+ 2.4		Produits alimentaires et connexes	17
52,120	52,742	53,872	51,665	48,701	49,362	- 4.1		Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
								caments	
13,494	13,451	13,338	13,547	13,591	13,602	+ 1.6		Appareils et fournitures photographiques	19
4,670	4,032	4,278	4,259	4,591	4,857	- 0.4		Tissus à la pièce	20
28,437	29,326	28,216	26,371	25,924	26,751	- 6.5		Literie et linge de maison	21
8,561	8,502	8,512	8,425	9,095	8,491	- 1.0		Menus articles	22
12,800	12,215	12,776	12,967	12,014	12,561	+ 1.5		Porcelaine et verrerie	23
14,084	12,517	12,955	12,817	11,501	11,196	- 1.1		Revêtements de plancher	24
15,242	15,505	15,541	14,868	14,402	15,668	- 4.3		Tentures, rideaux et housses	25
8,885	9,140	9,046	8,717	9,163	9,294	- 3.6		Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
48,919	41,453	45,718	41,030	38,800	40,930	- 10.3		d'ameublement pour la maison	
45,970	40,894	46,766	42,539	42,064	38,009	- 9.0		Meubles	27
42,133	44,820	45,189	41,598	38,252	38,184	- 7.9		Gros appareils ménagers	28
36,230	36,729	37,474	35,819	34,963	35,896	- 4.4		Télévision, radio et musique	29
								Articles de ménage et petits appareils élec-	30
								triques	
24,761	25,515	24,380	26,221	25,158	25,164	+ 7.6		Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
11,286	10,778	12,120	10,838	10,180	12,085	- 10.6		etc.	
20,370	20,022	20,534	18,272	20,174	21,202	- 11.0		Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
26,491	27,562	26,389	25,912	18,941	21,254	- 1.8		truction	
25,935	24,952	24,559	23,870	25,905	26,233	- 2.8		Bijouterie	33
								Jouets et jeux	34
								Articles de sport et valises	35
29,181	29,375	28,831	32,993	26,065	28,149	+ 14.4		Papeterie, livres et revues	36
17,852	17,856	17,763	16,171	17,430	16,424	- 9.0		Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
								réparation et fournitures	
21,611	21,906	21,869	21,460	21,236	22,091	- 1.9		Repas et casse-croûtes	38
10,850	10,626	10,440	10,310	8,564	10,128	- 1.2		Services et travaux de réparation	39
30,388	31,071	30,758	34,223	29,896	30,492	+ 11.3		Tous autres rayons	40
912,760	907,029	928,632	909,192	865,697	876,476	- 2.1		TOTAL, TOUTS RAYONS	41

(1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983

Province	1983							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	5,973	6,167	9,133	8,381	10,086	10,965	9,703	10,965
2 Prince Edward Island	4,088	3,308	4,039	4,575	4,841	6,087	6,140	6,140
3 Nova Scotia	15,152	14,552	21,368	20,965	24,109	27,180	25,031	27,800
4 New Brunswick	11,285	11,429	15,670	16,565	18,527	20,380	17,746	19,500
5 Quebec	113,689	105,666	137,559	141,986	159,981	165,359	138,487	152,200
6 Ontario	220,389	209,538	273,189	276,641	298,118	337,849	302,457	307,500
7 Manitoba	30,338	30,908	43,142	41,974	42,817	46,237	41,664	42,800
8 Saskatchewan	18,851	18,137	25,262	24,875	24,929	26,867	25,850	28,000
9 Alberta	92,346	92,023	117,900	110,899	117,794	127,481	113,648	117,700
10 British Columbia	109,447	110,510	137,672	126,114	136,788	148,635	130,347	135,800
11 Yukon and Northwest Territories	1,868	1,866	2,645	2,293	2,279	3,125	2,720	2,800
12 CANADA	623,426	604,104	787,578	775,268	840,268	920,164	813,792	850,000

TABLE 4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Calgary	35,506	35,568	45,673	42,727	45,841	48,022	42,971	44,000
2 Edmonton	42,323	41,986	53,130	49,747	53,833	57,902	51,913	53,000
3 Halifax-Dartmouth	8,865	8,301	12,425	12,190	12,990	14,192	13,312	15,000
4 Hamilton	16,494	15,417	20,012	20,178	21,246	23,724	21,954	21,000
5 Montreal	69,878	64,081	81,508	85,084	93,559	97,104	78,786	90,000
6 Ottawa-Hull	27,571	24,135	34,541	32,815	37,530	40,591	35,729	37,000
7 Quebec City	15,486	13,658	19,417	20,538	23,196	23,301	19,919	20,000
8 Toronto	91,876	86,317	110,184	112,661	115,270	131,752	118,249	120,000
9 Vancouver	66,859	67,579	82,773	74,498	80,530	88,441	75,390	78,000
10 Winnipeg	27,586	28,058	39,236	38,113	38,730	41,639	37,562	38,000

TABEAU 3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1982 et 1983

1983		1982			Change - Variation		Province	N°
September	October	November	November	December	November/ October 1983	November 1983/1982		
Septembre	Octobre	Novembre	Novembre	Décembre	Novembre/ octobre 1983	Novembre 1983/1982		
Thousands of dollars - milliers de dollars								
10,984	11,827	14,873	13,775	19,875	+ 25.8	+ 8.0	Terre-Neuve	1
5,537	5,397	6,350	6,019	9,477	+ 17.7	+ 5.5	Île-du-Prince-Édouard	2
25,947	26,189	36,478	32,319	51,652	+ 39.3	+ 12.9	Nouvelle-Écosse	3
19,507	20,109	27,007	25,692	36,671	+ 34.3	+ 5.1	Nouveau-Brunswick	4
165,114	173,157	192,906	178,929	280,436	+ 11.4	+ 7.8	Québec	5
324,680	335,918	430,194	387,576	598,421	+ 28.1	+ 11.0	Ontario	6
48,773	47,505	60,620	57,953	80,873	+ 27.6	+ 4.6	Manitoba	7
30,972	30,682	39,161	34,468	47,067	+ 27.6	+ 13.6	Saskatchewan	8
131,181	124,404	157,650	158,132	218,739	+ 26.7	- 0.3	Alberta	9
156,209	143,923	170,746	175,741	260,278	+ 18.6	- 2.8	Colombie-Britannique	10
3,163	2,905	2,777	2,954	4,990	- 4.4	- 6.0	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
922,067	922,014	1,138,763	1,073,558	1,608,478	+ 23.5	+ 6.1	CANADA	12

TABEAU 4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1983		1982			Change - Variation		Certaines zones métropolitaines	N°
September	October	November	November	December	November/ October 1983	November 1983/1982		
Septembre	Octobre	Novembre	Novembre	Décembre	Novembre/ octobre 1983	Novembre 1983/1982		
Thousands of dollars - milliers de dollars								
50,187	46,942	60,076	61,436	84,142	+ 28.0	- 2.2	Calgary	1
59,701	56,511	70,315	70,906	97,287	+ 24.4	- 0.8	Edmonton	2
14,296	14,665	20,135	17,887	27,088	+ 37.3	+ 12.6	Halifax-Dartmouth	3
22,575	25,633	30,698	28,415	46,239	+ 19.8	+ 8.0	Hamilton	4
100,678	104,605	116,811	108,605	171,021	+ 11.7	+ 7.6	Montréal	5
40,665	43,969	50,786	44,801	66,060	+ 15.5	+ 13.4	Ottawa-Hull	6
22,699	24,002	26,309	25,300	36,127	+ 9.6	+ 4.0	Ville de Québec	7
130,998	132,358	169,780	156,241	242,771	+ 28.3	+ 8.7	Toronto	8
92,887	84,868	100,144	105,425	156,081	+ 18.0	- 5.0	Vancouver	9
44,404	42,982	54,821	52,572	72,593	+ 27.5	+ 4.3	Winnipeg	10

TABLE 5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983

Province	1983							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	5,561	5,025	6,674	6,827	7,465	7,919	7,803	9,112
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	63,028	59,932	78,757	80,468	89,932	91,110	74,622	84,368
6 Ontario	139,304	130,111	168,840	171,235	177,566	203,562	185,934	184,008
7 Manitoba	20,927	21,103	30,050	27,495	26,790	29,192	26,389	26,845
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	74,681	72,922	92,836	84,401	87,977	97,331	85,779	87,552
10 British Columbia	91,080	91,592	112,768	100,349	108,532	119,978	102,698	107,391
11 Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	x	x	x
12 CANADA	416,073	400,107	517,527	496,451	524,432	578,356	510,527	528,961

TABLE 6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Calgary	29,040	28,473	36,678	33,109	35,260	37,388	32,756	34,051
2 Edmonton	35,144	34,295	42,699	38,811	40,806	45,023	40,229	40,391
3 Halifax-Dartmouth	5,252	4,637	7,050	6,827	6,995	7,338	7,231	8,561
4 Hamilton	12,516	11,640	15,106	15,457	16,073	18,812	17,037	16,661
5 Montreal	42,362	41,194	52,817	54,533	59,173	59,345	47,485	57,841
6 Ottawa-Hull	18,458	15,667	23,189	21,054	24,192	25,994	23,823	22,881
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x	x	x
8 Toronto	69,002	64,180	81,651	83,485	82,502	94,657	86,545	87,601
9 Vancouver	59,276	60,052	73,075	64,338	69,450	77,713	64,955	67,901
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983

1983		1982		Change - Variation			province	No
September	October	November	November	December	November/ October 1983	November 1983/1982		
Septembre	Octobre	Novembre	Novembre	Décembre	Novembre/ octobre 1983	Novembre 1983/1982		
thousands of dollars - milliers de dollars								
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
8,579	8,343	11,875	x	x	+ 42.3	x	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
98,478	104,427	116,397	106,753	156,587	+ 11.5	+ 9.0	Québec	5
204,499	212,535	269,568	245,792	355,233	+ 26.8	+ 9.7	Ontario	6
33,877	31,748	40,397	39,694	52,740	+ 27.2	+ 1.8	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
101,788	96,307	122,043	124,170	168,176	+ 26.7	- 1.7	Alberta	9
127,635	116,838	139,163	143,087	207,619	+ 19.1	- 2.7	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
609,641	605,042	741,909	708,645	1,009,764	+ 22.6	+ 4.7	CANADA	12

TABLEAU 6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

[illegible]

TABLE 7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983

Province	1983							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	9,591	9,527	14,694	14,138	16,644	19,260	17,228	18,713
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	50,662	45,734	58,802	61,518	70,049	74,248	63,866	67,903
6 Ontario	81,085	79,427	104,349	105,406	120,552	134,287	116,523	123,519
7 Manitoba	9,411	9,805	13,092	14,479	16,027	17,045	15,275	15,917
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	17,665	19,101	25,064	26,498	29,817	30,151	27,868	29,730
10 British Columbia	18,367	18,918	24,904	25,765	28,256	28,657	27,649	28,506
11 Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	x	x	x
12 CANADA	207,353	203,997	270,051	278,817	315,835	341,809	303,265	321,978

TABLE 8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Calgary	6,466	7,095	8,995	9,617	10,581	10,633	10,216	9,993
2 Edmonton	7,179	7,691	10,431	10,936	13,027	12,879	11,683	13,250
3 Halifax-Dartmouth	3,613	3,664	5,375	5,364	5,995	6,854	6,080	6,635
4 Hamilton	3,978	3,778	4,906	4,721	5,173	4,912	4,917	5,176
5 Montreal	27,516	22,887	28,691	30,551	34,386	37,759	31,301	32,788
6 Ottawa-Hull	9,114	8,467	11,352	11,762	13,338	14,596	11,905	14,482
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x	x	x
8 Toronto	22,873	22,137	28,533	29,176	32,768	37,095	31,705	32,430
9 Vancouver	7,583	7,527	9,698	10,160	11,080	10,728	10,435	10,497
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983

1983	1982				Change - Variation		Province	N ^o
September	October	November	November	December	November/ October 1983	November 1983/1982		
Septembre	Octobre	Novembre	Novembre	Décembre	Novembre/ octobre 1983	Novembre 1983/1982		
thousands of dollars - milliers de dollars								
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
17,368	17,847	24,603	x	x	+ 37.9	x	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
66,636	68,731	76,510	72,177	123,849	+ 11.3	+ 6.0	Québec	5
120,181	123,383	160,626	141,783	243,188	+ 30.2	+ 13.3	Ontario	6
14,896	15,757	20,223	18,260	28,133	+ 28.3	+ 10.8	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
29,393	28,097	35,608	33,962	50,563	+ 26.7	+ 4.8	Alberta	9
28,574	27,084	31,583	32,654	52,659	+ 16.6	- 3.3	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
312,425	316,972	396,854	364,914	598,714	+ 25.2	+ 8.8	CANADA	12

TABLEAU 8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

[illegible]

TABLE 9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983

Province	1983						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	number - nombre						
1 Newfoundland	14	14	14	14	14	14	14
2 Prince Edward Island	7	7	7	7	7	7	7
3 Nova Scotia	32	32	31	31	32	32	32
4 New Brunswick	25	24	25	25	25	25	25
5 Quebec	164	161	161	161	161	161	161
6 Ontario	301	299	300	300	300	300	300
7 Manitoba	38	38	38	38	38	38	38
8 Saskatchewan	29	29	30	30	30	30	30
9 Alberta	84	84	83	83	84	84	84
10 British Columbia	102	101	101	101	101	101	101
11 Yukon and Northwest Territories	7	6	6	6	6	6	6
12 CANADA	803	795	796	796	798	798	798

TABLE 10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	number - nombre						
1 Calgary	27	27	27	27	27	27	27
2 Edmonton	32	32	31	31	32	32	32
3 Halifax-Dartmouth	13	13	13	13	13	13	13
4 Hamilton	24	23	23	23	23	23	23
5 Montreal	80	79	79	79	79	79	79
6 Ottawa-Hull	32	31	32	32	32	32	32
7 Quebec City	19	19	19	19	19	19	19
8 Toronto	88	88	88	88	88	88	88
9 Vancouver	42	41	41	41	41	41	41
10 Winnipeg	30	30	30	30	30	30	30

TABLEAU 9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1982 et 1983

1983		1982				Province	No
August Août	September Septembre	October Octobre	November Novembre	November Novembre	December Décembre		
number - nombre							
14	14	14	14	14	14	Terre-Neuve	1
7	7	7	7	7	7	Île-du-Prince-Édouard	2
32	32	32	32	32	32	Nouvelle-Écosse	3
26	26	26	26	25	25	Nouveau-Brunswick	4
163	163	163	163	164	164	Québec	5
301	301	301	301	301	301	Ontario	6
38	38	38	38	38	38	Manitoba	7
31	31	31	31	29	29	Saskatchewan	8
85	84	84	84	84	84	Alberta	9
101	101	101	101	102	102	Colombie-Britannique	10
6	6	6	6	7	7	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
804	803	803	803	803	803	CANADA	12

TABLEAU 10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1983		1982				Certaines zones métropolitaines	No
August Août	September Septembre	October Octobre	November Novembre	November Novembre	December Décembre		
number - nombre							
27	26	26	26	27	27	Calgary	1
33	33	33	33	32	32	Edmonton	2
13	13	13	13	13	13	Halifax-Dartmouth	3
23	23	24	24	24	24	Hamilton	4
81	81	80	80	80	80	Montréal	5
33	33	33	33	32	32	Ottawa-Hull	6
19	19	20	20	19	19	Ville de Québec	7
88	88	88	88	88	88	Toronto	8
41	41	41	41	42	42	Vancouver	9
30	30	30	30	30	30	Winnipeg	10

TABLE 11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983

		1983						
Province		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		number - nombre						
1	Newfoundland	8	8	8	8	8	8	8
2	Prince Edward Island	3	3	3	3	3	3	3
3	Nova Scotia	6	6	5	5	6	6	6
4	New Brunswick	5	4	4	4	4	4	4
5	Quebec	58	55	54	54	54	54	54
6	Ontario	113	111	112	112	112	112	112
7	Manitoba	18	18	18	18	18	18	18
8	Saskatchewan	15	15	15	15	15	15	15
9	Alberta	51	51	50	50	50	50	50
10	British Columbia	60	60	60	60	60	60	60
11	Yukon and Northwest Territories	6	5	5	5	5	5	5
12	CANADA	343	336	334	334	335	335	335

TABLE 12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

		1983						
Selected metropolitan areas		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		number - nombre						
1	Calgary	15	15	15	15	15	15	15
2	Edmonton	19	19	18	18	18	18	18
3	Halifax-Dartmouth	5	5	5	5	5	5	5
4	Hamilton	15	14	14	14	14	14	14
5	Montreal	31	30	29	29	29	29	29
6	Ottawa-Hull	13	12	13	13	13	13	13
7	Quebec City	7	7	7	7	7	7	7
8	Toronto	40	40	40	40	40	40	40
9	Vancouver	26	26	26	26	26	26	26
10	Winnipeg	13	13	13	13	13	13	13

TABLEAU 11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983

1983		1982				Province	No
August	September	October	November	November	December		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
8	8	8	8	8	8	Terre-Neuve	1
3	3	3	3	3	3	Ile-du-Prince-Édouard	2
6	6	6	6	6	6	Nouvelle-Écosse	3
4	4	4	4	5	5	Nouveau-Brunswick	4
56	56	56	56	58	58	Québec	5
112	112	112	112	113	113	Ontario	6
18	18	18	18	18	18	Manitoba	7
16	16	16	16	15	15	Saskatchewan	8
50	49	49	49	51	51	Alberta	9
60	60	60	60	60	60	Colombie-Britannique	10
5	5	5	5	6	6	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
338	337	337	337	343	343	CANADA	12

TABLEAU 12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1983		1982				Certaines zones métropolitaines	No
August	September	October	November	November	December		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
15	14	14	14	15	15	Calgary	1
18	18	18	18	19	19	Edmonton	2
5	5	5	5	5	5	Halifax-Dartmouth	3
14	14	14	14	15	15	Hamilton	4
31	31	30	30	31	31	Montréal	5
13	13	13	13	13	13	Ottawa-Hull	6
7	7	8	8	7	7	Ville de Québec	7
40	40	40	40	40	40	Toronto	8
26	26	26	26	26	26	Vancouver	9
13	13	13	13	13	13	Winnipeg	10

TABLE 13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983

Province	1983						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	number - nombre						
1 Newfoundland	6	6	6	6	6	6	6
2 Prince Edward Island	4	4	4	4	4	4	4
3 Nova Scotia	26	26	26	26	26	26	26
4 New Brunswick	20	20	21	21	21	21	21
5 Quebec	106	106	107	107	107	107	107
6 Ontario	188	188	188	188	188	188	188
7 Manitoba	20	20	20	20	20	20	20
8 Saskatchewan	14	14	15	15	15	15	15
9 Alberta	33	33	33	33	34	34	34
10 British Columbia	42	41	41	41	41	41	41
11 Yukon and Northwest Territories	1	1	1	1	1	1	1
12 CANADA	460	459	462	462	463	463	463

TABLE 14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	number - nombre						
1 Calgary	12	12	12	12	12	12	12
2 Edmonton	13	13	13	13	14	14	14
3 Halifax-Dartmouth	8	8	8	8	8	8	8
4 Hamilton	9	9	9	9	9	9	9
5 Montreal	49	49	50	50	50	50	50
6 Ottawa-Hull	19	19	19	19	19	19	19
7 Quebec City	12	12	12	12	12	12	12
8 Toronto	48	48	48	48	48	48	48
9 Vancouver	16	15	15	15	15	15	15
10 Winnipeg	17	17	17	17	17	17	17

TABLEAU 13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983

1983		1982				Province	N ^o
August	September	October	November	November	December		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
6	6	6	6	6	6	Terre-Neuve	1
4	4	4	4	4	4	Île-du-Prince-Édouard	2
26	26	26	26	26	26	Nouvelle-Écosse	3
22	22	22	22	20	20	Nouveau-Brunswick	4
107	107	107	107	106	106	Québec	5
189	189	189	189	188	188	Ontario	6
20	20	20	20	20	20	Manitoba	7
15	15	15	15	14	14	Saskatchewan	8
35	35	35	35	33	33	Alberta	9
41	41	41	41	42	42	Colombie-Britannique	10
1	1	1	1	1	1	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
466	466	466	466	460	460	CANADA	12

TABLEAU 14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1983				1982		Certaines zones métropolitaines	Nº
August	September	October	November	November	December		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
12	12	12	12	12	12	Calgary	1
15	15	15	15	13	13	Edmonton	2
8	8	8	8	8	8	Halifax-Dartmouth	3
9	9	10	10	9	9	Hamilton	4
50	50	50	50	49	49	Montréal	5
20	20	20	20	19	19	Ottawa-Hull	6
12	12	12	12	12	12	Ville de Québec	7
48	48	48	48	48	48	Toronto	8
15	15	15	15	16	16	Vancouver	9
17	17	17	17	17	17	Winnipeg	10

TABLE 15. Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983
January-November

TABLEAU 15. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983
Janvier-novembre

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1983/1982
		1982 ¹	1983	Variation 1983/1982
		thousands of dollars milliers de dollars		per cent pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	168,725	160,186	- 5.1
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	151,679	156,626	+ 3.3
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sport pour dames et jeunes filles	473,864	526,022	+ 11.0
4	Furs - Fourrures	28,616	30,034	+ 5.0
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	238,428	241,260	+ 1.2
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes	167,942	162,236	- 3.4
7	Lingerie and women's sleeperwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	165,084	176,391	+ 6.8
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	100,226	107,337	+ 7.1
9	Millinery - Chapeaux	15,453	16,354	+ 5.8
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	103,299	107,588	+ 4.2
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	136,441	147,673	+ 8.2
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	241,391	252,987	+ 4.8
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes	353,183	352,248	- 0.3
14	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	371,784	411,439	+ 10.7
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habille- ment pour garçons	118,900	127,388	+ 7.1
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	153,692	163,322	+ 6.3
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	601,387	608,880	+ 1.2
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	452,336	499,328	+ 10.4
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photo- graphiques	130,101	130,675	+ 0.4
20	Piece goods - Tissus à la pièce	50,593	47,909	- 5.3
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison	256,729	288,941	+ 12.5
22	Smallwares and notions - Menus articles	89,424	89,727	+ 0.3
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie	113,530	119,038	+ 4.9
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	126,796	138,668	+ 9.4
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	150,377	161,204	+ 7.2
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	84,694	86,840	+ 2.5
27	Furniture - Meubles	418,262	478,709	+ 14.5
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	389,332	466,568	+ 19.8
29	Television, radio and music - Télévision, radio et musique	353,187	421,135	+ 19.2
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	338,065	358,064	+ 5.9
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	281,039	271,460	- 3.4
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	105,122	121,618	+ 15.7
33	Jewellery - Bijouterie	188,546	180,882	- 4.1
34	Toys and games - Jouets et jeux	165,895	209,861	+ 26.5
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	283,694	258,333	- 8.9
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	244,641	284,025	+ 16.1
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	189,373	185,987	- 1.8
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	218,349	224,855	+ 3.0
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation	84,347	108,734	+ 28.9
40	All other departments - Tous autres rayons	295,068	317,853	+ 7.7
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	8,599,594	9,198,385	+ 7.0

TABLE 16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983
January-November

TABLEAU 16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1982 et 1983
Janvier-novembre

Province	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	102,313	109,009	+ 6.5
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	50,912	56,508	+ 11.0
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	223,925	264,796	+ 18.3
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	181,646	197,738	+ 8.9
Québec	1,516,048	1,646,174	+ 8.6
Ontario	3,034,330	3,316,500	+ 9.3
Manitoba	453,888	476,739	+ 5.0
Saskatchewan	251,325	293,731	+ 16.9
Alberta	1,285,637	1,302,609	+ 1.3
British Columbia - Colombie-Britannique	1,469,277	1,506,288	+ 2.5
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	30,296	28,300	- 6.6
CANADA	8,599,594	9,198,385	+ 7.0

TABLE 17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983
January-November

TABLEAU 17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines,
1982 et 1983
Janvier-novembre

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	512,238	497,556	- 2.9
Edmonton	579,317	591,006	+ 2.0
Halifax-Dartmouth	119,367	146,575	+ 22.8
Hamilton	225,331	239,767	+ 6.4
Montréal	913,597	982,731	+ 7.6
Ottawa-Hull	357,580	405,694	+ 13.5
Quebec City - Ville de Québec	206,705	229,224	+ 10.9
Toronto	1,231,365	1,319,479	+ 7.2
Vancouver	884,154	892,376	+ 0.9
Winnipeg	411,427	431,678	+ 14.5

TABLE 18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983
January-November

TABLEAU 18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983
Janvier-novembre

Province	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	x	85,183	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	860,621	941,519	+ 9.4
Ontario	1,862,094	2,047,162	+ 9.9
Manitoba	301,804	314,813	+ 4.3
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	1,007,671	1,003,618	- 0.4
British Columbia - Colombie-Britannique	1,198,067	1,218,024	+ 1.7
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	x	x
CANADA	5,580,185	5,929,028	+ 6.3

TABLE 19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983
January-November

TABLEAU 19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983
Janvier-novembre

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	404,553	392,662	- 2.9
Edmonton	467,390	464,060	- 0.7
Halifax-Dartmouth	x	80,632	x
Hamilton	170,498	183,175	+ 7.4
Montréal	586,638	632,471	+ 7.8
Ottawa-Hull	233,096	264,991	+ 13.7
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	912,573	972,591	+ 6.6
Vancouver	776,099	780,751	+ 0.6
Winnipeg	x	x	x

TABLE 20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983
January-November

TABLEAU 20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983
Janvier-novembre

Province	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	x	179,613	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	655,428	704,659	+ 7.5
Ontario	1,172,235	1,269,338	+ 8.3
Manitoba	152,085	161,927	+ 6.5
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	277,968	298,992	+ 7.6
British Columbia - Colombie-Britannique	271,208	288,263	+ 6.3
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	x	x
CANADA	3,019,410	3,269,356	+ 8.3

TABLE 21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983
January-November

TABLEAU 21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines,
1982 et 1983
Janvier-novembre

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	107,685	104,893	- 2.6
Edmonton	111,929	126,943	+ 13.4
Halifax-Dartmouth	x	65,942	x
Hamilton	54,834	56,593	+ 3.2
Montréal	326,958	350,259	+ 7.1
Ottawa-Hull	124,484	140,702	+ 13.0
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	318,794	346,888	+ 8.8
Vancouver	108,053	111,624	+ 3.3
Winnipeg	x	x	x

TABLE 22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1981-1983

TABLEAU 22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1981-1983

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major		Junior	
			Traditionnels		Populaires	
	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution
	'000	%	'000	%	'000	%
1981:						
January - Janvier	643,821	100.0	442,269	68.7	201,552	31.3
February - Février	568,767	100.0	381,684	67.1	187,082	32.9
March - Mars	688,718	100.0	471,588	68.5	217,130	31.5
April - Avril	793,595	100.0	521,698	65.7	271,897	34.3
May - Mai	822,881	100.0	532,820	64.8	290,061	35.2
June - Juin	835,934	100.0	548,803	65.7	287,131	34.3
July - Juillet	757,743	100.0	485,895	64.1	271,848	35.9
August - Août	786,492	100.0	499,216	63.5	287,276	36.5
September - Septembre	848,390	100.0	575,366	67.8	273,024	32.2
October - Octobre	892,549	100.0	591,596	66.3	300,954	33.7
November - Novembre	1,036,498	100.0	686,067	66.2	350,430	33.8
December - Décembre	1,542,685	100.0	972,086	63.0	570,598	37.0
Year - Année	10,218,073	100.0	6,709,088	65.7	3,508,983	34.3
1982:						
January - Janvier	600,051	100.0	404,403	67.4	195,648	32.6
February - Février	578,049	100.0	386,536	66.9	191,513	33.1
March - Mars	694,137	100.0	466,897	67.3	227,240	32.7
April - Avril	788,971	100.0	503,423	63.8	285,547	36.2
May - Mai	813,933	100.0	507,484	62.3	306,449	37.7
June - Juin	790,853	100.0	498,681	63.1	292,172	36.9
July - Juillet	763,949	100.0	477,590	62.5	286,359	37.5
August - Août	775,727	100.0	480,433	61.9	295,295	38.1
September - Septembre	861,179	100.0	583,300	67.7	277,880	32.3
October - Octobre	859,187	100.0	562,793	65.5	296,393	34.5
November - Novembre	1,073,558	100.0	708,645	66.0	364,914	34.0
December - Décembre	1,608,478	100.0	1,009,764	62.8	598,714	37.2
Year - Année	10,208,072	100.0	6,589,949	64.6	3,618,124	35.4
1983:						
January - Janvier	623,426	100.0	416,073	66.7	207,353	33.3
February - Février	604,104	100.0	400,107	66.2	203,997	33.8
March - Mars	787,578	100.0	517,527	65.7	270,051	34.3
April - Avril	775,268	100.0	496,451	64.0	278,817	36.0
May - Mai	840,268	100.0	524,432	62.4	315,835	37.6
June - Juin	920,164	100.0	578,356	62.9	341,809	37.1
July - Juillet	813,792	100.0	510,527	62.7	303,265	37.3
August - Août	850,941	100.0	528,963	62.2	321,978	37.8
September - Septembre	922,067	100.0	609,641	66.1	312,425	33.9
October - Octobre	922,014	100.0	605,042	65.6	316,972	34.4
November - Novembre	1,138,763	100.0	741,909	65.2	396,854	34.8
December - Décembre						
Year - Année						

TABLE 23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981-1983
November

TABLEAU 23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1981-1983
Novembre

Province and Selected Metropolitan Areas	Distribution			Change 1983/1982
	1981 ^F	1982 ^F	1983	Variation 1983/1982
Province et certaines zones métropolitaines	per cent - pourcentage			
Newfoundland - Terre-Neuve	9.4	8.7	8.6	- 1.1
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	17.1	17.0	15.6	- 8.2
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	11.6	11.7	11.6	- 0.9
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	12.0	11.6	11.3	- 2.6
Québec	9.4	8.9	8.6	- 3.4
Ontario	12.0	12.2	12.2	-
Manitoba	17.1	17.3	16.3	- 5.8
Saskatchewan	8.9	9.5	10.3	+ 8.4
Alberta	16.4	16.5	15.9	- 3.6
British Columbia - Colombie-Britannique	17.7	17.9	17.2	- 3.9
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	12.6	12.9	11.2	- 13.2
CANADA	12.6	12.6	12.2	- 3.2
Montréal	11.9	10.7	11.0	+ 2.8
Toronto	12.6	13.2	12.8	- 3.0
Winnipeg	23.9	23.4	22.2	- 5.1
Vancouver	20.7	20.7	19.5	- 5.8

TABLE 24. Department Store Monthly Stocks(1), by Department, Canada, 1982 and 1983

		1983							
		January	February	March	April	May	June	July	August
Department		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.		thousands of dollars							
		milliers de dollars							
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	36,432	39,827	50,212	59,149	53,684	36,711	42,081	43,457
2	Women's and misses' coats and suits	36,868	41,207	41,457	35,693	24,664	23,800	49,565	57,032
3	Women's and misses' sportswear	107,426	114,463	149,791	170,227	155,028	121,651	131,195	150,347
4	Furs	17,836	15,771	16,471	11,029	16,953	16,502	16,626	19,377
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	58,915	64,568	74,045	83,519	79,876	75,769	92,074	87,362
6	Girls' and teenage girls' wear	31,258	37,273	48,282	47,809	44,476	35,746	51,879	43,511
7	Lingerie and women's sleepwear	39,897	39,099	47,104	51,975	49,709	40,490	42,019	47,418
8	Intimate apparel	33,424	29,920	32,831	37,468	34,662	31,439	33,097	33,009
9	Millinery	2,102	1,866	1,419	2,377	1,272	1,207	2,177	2,271
10	Women's and girls' hosiery	26,254	26,790	31,773	35,437	35,235	33,481	34,379	37,846
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	39,618	39,966	46,630	49,543	44,084	36,338	39,828	43,635
12	Women's, misses' and children's footwear	75,549	81,500	102,693	104,725	104,081	81,416	94,407	100,450
13	Men's clothing	111,702	137,579	160,091	148,765	151,819	134,412	146,171	180,451
14	Men's furnishings	119,180	123,058	135,003	153,735	149,872	125,302	129,761	148,638
15	Boys' clothing and furnishings	37,083	39,551	42,311	44,467	41,278	37,897	56,656	40,952
16	Men's and boys' footwear	62,415	58,203	74,673	73,963	83,261	69,612	75,056	75,370
17	Food and kindred products	38,119	40,249	41,106	44,482	34,242	43,524	40,777	38,548
18	Toiletries, cosmetics and drugs	193,004	149,162	169,033	191,342	172,373	181,084	194,026	194,776
19	Photographic equipment and supplies	55,045	49,854	54,360	57,791	61,072	58,920	62,265	57,702
20	Piece goods	23,618	23,824	30,107	25,966	34,748	25,447	29,677	32,472
21	Linens and domestics	108,506	112,560	113,998	125,286	135,602	119,765	122,715	120,221
22	Smallwares and notions	35,739	35,053	35,812	41,415	41,569	44,135	45,371	43,584
23	China and glassware	84,102	88,609	91,736	84,773	100,191	94,877	95,614	102,860
24	Floor coverings	48,316	46,440	50,642	47,834	53,084	52,260	49,702	47,731
25	Draperies, curtains and furniture coverings	61,298	57,776	68,398	63,753	66,310	64,039	62,464	64,198
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	43,617	44,175	53,031	49,665	59,162	54,666	55,696	60,450
27	Furniture	181,679	165,287	189,195	198,840	205,478	177,372	167,625	160,010
28	Major appliances	55,572	57,648	63,180	69,351	59,243	47,090	47,595	49,861
29	Television, radio and music	134,764	131,777	151,558	159,265	161,893	158,662	155,018	161,955
30	Housewares and small electrical appliances	170,418	162,985	159,781	188,257	177,327	185,823	181,255	189,186
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	112,354	108,723	142,575	125,815	141,078	141,086	134,833	127,013
32	Plumbing, heating and building materials	39,957	34,939	39,448	41,778	39,941	36,465	38,431	38,074
33	Jewellery	117,632	110,023	120,944	120,272	121,509	113,997	116,291	116,363
34	Toys and games	75,546	72,948	82,299	97,260	90,069	95,757	101,149	114,820
35	Sporting goods and luggage	107,199	108,929	129,534	153,593	157,055	141,320	136,862	123,873
36	Stationery, books and magazines	90,122	86,102	87,617	116,391	121,986	125,228	143,469	135,751
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	52,060	50,341	50,900	53,909	53,541	48,817	50,965	52,143
38	Meals and lunches	1,275	1,192	1,450	1,450	1,161	1,355	1,311	1,111
39	Repairs and services	4,872	4,284	4,865	4,625	4,140	4,530	4,588	4,779
40	All other departments	53,646	53,321	65,753	88,638	72,619	63,374	62,179	65,009
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	2,724,419	2,686,842	3,052,108	3,261,632	3,235,347	2,981,366	3,136,849	3,213,616

(1) At selling value.

TABLEAU 24. Stocks(1) mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1983		1982			Change - Variation		Rayon	N°
September	October	November	November	December	November/ October 1983	November 1983/1982		
Septembre	Octobre	Novembre	Novembre	Décembre	Novembre/ octobre 1983	Novembre 1983/1982		
thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
42,922	52,865	60,363	50,828	38,810	+ 14.2	+ 18.8	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
75,809	75,907	65,218	52,222	40,267	- 14.1	+ 24.9	formes pour dames et jeunes filles	
166,315	178,184	189,368	138,538	110,563	+ 6.3	+ 36.7	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
27,907	27,345	26,498	20,360	19,452	- 3.1	+ 30.1	filles	
85,806	103,100	93,272	72,897	69,554	- 9.5	+ 28.0	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
							Fourrures	4
							Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
							de chambres d'enfants	
50,999	50,001	49,075	52,112	34,263	- 1.9	- 5.8	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
50,855	64,976	78,397	64,918	42,026	+ 20.7	+ 20.8	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
33,859	38,763	43,721	32,173	31,988	+ 12.8	+ 35.9	Sous-vêtements	8
2,969	3,726	6,168	3,766	3,533	+ 65.5	+ 63.8	Chapeaux	9
38,341	41,918	44,947	31,492	29,650	+ 7.2	+ 42.7	Bas pour dames et fillettes	10
52,998	64,462	71,320	59,220	41,659	+ 10.6	+ 20.4	Gants, moufles et articles de parure pour	11
108,426	111,203	109,038	97,074	91,924	- 1.9	+ 12.3	dames et fillettes	
167,001	169,651	205,168	179,517	161,113	+ 20.9	+ 14.3	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
169,971	198,003	202,452	178,826	119,168	+ 2.2	+ 13.2	enfants	
48,649	57,809	52,040	42,803	33,681	- 10.0	+ 21.6	Vêtements pour hommes	13
							Articles d'habillement pour hommes	14
							Vêtements et articles d'habillement pour	15
							garçons	
80,730	90,464	89,353	75,798	70,433	- 1.2	+ 17.9	Chaussures pour hommes et garçons	16
34,992	48,351	53,945	44,862	34,859	+ 11.6	+ 20.2	Produits alimentaires et connexes	17
187,597	257,286	263,946	215,162	167,598	+ 2.6	+ 22.7	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
							caments	
57,571	72,117	67,510	62,550	48,135	- 6.4	+ 7.9	Appareils et fournitures photographiques	19
27,723	33,908	31,024	25,946	28,235	- 8.5	+ 19.6	Issus à la pièce	20
116,753	124,040	136,414	113,712	121,738	+ 10.0	+ 20.0	Literie et linge de maison	21
40,027	43,669	42,639	35,301	45,003	- 2.4	+ 20.8	Menus articles	22
93,763	106,666	112,641	101,865	105,581	+ 5.6	+ 10.6	Porcelaine et verrerie	23
41,535	47,316	49,372	48,227	56,021	+ 4.3	+ 2.4	Revêtements de plancher	24
60,302	61,859	64,586	62,606	67,382	+ 4.4	+ 3.2	Tentures, rideaux et housses	25
55,363	63,389	62,099	56,218	45,756	- 2.0	+ 10.5	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
161,878	183,341	171,046	187,000	223,087	- 6.7	- 8.5	d'ameublement pour la maison	
55,586	57,853	70,701	58,759	63,148	+ 22.2	+ 20.3	Meubles	27
164,658	177,052	189,819	154,829	152,008	+ 7.2	+ 22.6	Gros appareils ménagers	28
186,731	196,117	227,174	178,026	153,913	+ 15.8	+ 27.6	Télévision, radio et musique	29
							Articles de ménage et petits appareils élec-	30
							triques	
132,803	138,961	136,729	127,397	129,807	- 1.6	+ 7.3	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
38,421	39,936	42,173	39,477	49,311	+ 5.6	+ 6.8	etc.	
109,423	130,947	140,184	150,622	115,806	+ 7.1	- 6.9	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
138,892	170,227	150,049	117,303	59,061	- 11.9	+ 27.9	truction	
135,275	164,336	159,376	142,524	121,635	- 3.0	+ 11.8	Bijouterie	33
							Jouets et jeux	34
							Articles de sport et valises	35
141,007	133,920	143,899	112,896	83,094	+ 7.5	+ 27.5	Papeterie, livres et revues	36
51,959	59,703	56,261	52,276	62,805	- 5.8	+ 7.6	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
							réparation et fournitures	
945	1,175	1,083	896	1,008	- 7.8	+ 20.9	Repas et casse-croûtes	38
4,918	5,030	5,295	5,409	4,925	+ 5.3	- 2.1	Services et travaux de réparation	39
68,761	87,295	90,540	79,189	61,884	+ 3.7	+ 14.3	Tous autres rayons	40
3,310,440	3,732,871	3,854,903	3,325,596	2,939,884	+ 1.7	+ 14.2	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Valeur de vente.

TABLE 25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983(1)

		1983						
		January	February	March	April	May	June	July
Department		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	41,188	40,919	48,271	46,779	49,034	42,302	44,948
2	Women's and misses' coats and suits	51,920	50,338	49,709	45,984	37,226	35,751	39,223
3	Women's and misses' sportswear	128,912	125,274	146,610	140,711	136,730	132,611	131,569
4	Furs	18,224	17,763	19,730	12,448	18,893	18,268	18,439
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	71,097	74,423	85,443	73,710	78,482	82,101	76,321
6	Girls' and teenage girls' wear	43,119	43,352	51,429	42,964	42,337	40,395	42,075
7	Lingerie and women's sleepwear	49,422	47,001	51,050	47,496	47,003	45,609	45,448
8	Intimate apparel	32,718	31,986	35,155	35,112	33,245	33,795	33,559
9	Millinery	2,347	2,356	2,146	2,661	1,320	1,794	2,908
10	Women's and girls' hosiery	29,350	29,452	32,598	31,977	32,421	34,487	33,209
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	47,052	45,003	48,142	45,604	43,320	42,629	42,474
12	Women's, misses' and children's footwear	92,144	89,992	99,345	88,254	93,485	83,513	93,242
13	Men's clothing	151,274	151,895	171,569	143,937	150,917	156,744	152,754
14	Men's furnishings	143,514	140,972	145,493	141,656	143,198	140,377	130,815
15	Boys' clothing and furnishings	42,754	41,481	47,413	42,901	43,473	43,411	43,401
16	Men's and boys' footwear	75,578	68,576	75,351	66,900	73,061	70,532	72,877
17	Food and kindred products
18	Toiletries, cosmetics and drugs	189,619	174,578	188,758	183,142	169,970	186,419	194,467
19	Photographic equipment and supplies	55,614	56,232	64,286	54,606	57,775	64,817	62,575
20	Piece goods	26,095	24,385	29,715	24,410	32,937	25,977	27,957
21	Linens and domestics	114,704	116,166	116,622	113,891	121,330	118,142	125,032
22	Smallwares and notions	39,803	40,576	39,880	38,000	37,580	40,594	40,593
23	China and glassware	94,850	96,714	96,453	86,216	95,189	96,680	96,164
24	Floor coverings	49,883	48,945	53,504	47,376	49,895	49,138	47,851
25	Draperies, curtains and furniture coverings	60,893	59,884	70,820	60,208	63,443	65,733	62,315
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	49,398	49,264	56,876	49,729	53,616	54,323	54,248
27	Furniture	190,432	174,822	195,753	178,665	188,322	179,954	170,706
28	Major appliances	57,173	56,664	64,136	63,740	59,099	51,790	49,521
29	Television, radio and music	143,176	145,912	158,683	147,416	155,144	158,997	159,860
30	Housewares and small electrical appliances	181,014	184,732	166,456	172,893	169,441	184,866	182,150
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	131,975	124,757	151,450	118,774	127,355	134,848	127,581
32	Plumbing, heating and building materials
33	Jewellery	129,398	118,199	125,370	111,683	117,289	120,157	120,995
34	Toys and games	88,995	89,707	101,179	96,912	100,161	117,408	114,294
35	Sporting goods and luggage	138,968	132,646	140,783	130,653	134,818	139,685	138,189
36	Stationery, books and magazines	100,605	101,051	101,774	113,122	114,364	123,704	128,026
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	56,573	55,477	57,861	49,971	50,561	52,001	52,146
38	Meals and lunches
39	Repairs and services	5,405	5,282	5,942	4,826	4,307	4,673	4,421
40	All other departments	74,267	67,776	63,474	73,294	63,966	63,764	61,341
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,040,777	3,006,135	3,253,500	3,006,794	3,064,526	3,144,395	3,088,541

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1982 et 1983(1)

1983		1982				Change - Variation			
August	September	October ^F	November ^P	November	December	November/ October 1983	Rayon		
Août	Septembre	Octobre ^F	Novembre ^P	Novembre	Décembre	Novembre/ octobre 1983			
Thousands of dollars						per cent		NO	
milliers de dollars						pourcentage			
49,229	47,941	44,839	53,150	44,435	43,000	+ 18.5			
43,508	51,242	49,918	55,153	43,029	49,588	+ 10.5	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1	
150,033	173,923	160,795	167,464	121,394	135,994	+ 4.1	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2	
19,369	23,862	21,195	22,185	16,928	18,011	+ 4.7	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3	
83,807	87,312	86,470	86,975	67,729	76,613	+ 0.6	Fourrures	4	
							Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5	
40,613	50,375	43,347	42,555	45,226	46,232	- 1.8	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6	
48,584	53,929	48,828	57,053	47,892	52,978	+ 16.8	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
33,800	39,858	36,251	37,926	27,016	31,652	+ 4.6	Sous-vêtements	8	
2,793	3,402	2,768	3,553	2,239	2,327	+ 28.4	Chapeaux	9	
34,209	40,298	37,930	41,445	29,227	34,191	+ 9.3	Bas pour dames et fillettes	10	
45,178	55,466	49,523	54,227	45,425	49,461	+ 9.5	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11	
98,217	115,060	101,129	109,630	97,852	99,145	+ 8.4	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12	
155,503	163,721	138,652	173,460	148,826	164,501	+ 25.1	Vêtements pour hommes	13	
143,741	162,116	149,194	167,053	147,889	156,835	+ 12.0	Articles d'habillement pour hommes	14	
43,436	47,804	45,611	48,043	39,126	41,322	+ 5.3	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15	
73,850	88,378	77,099	84,073	71,807	77,083	+ 9.0	Chaussures pour hommes et garçons	16	
213,096	214,086	219,195	204,119	164,851	180,981	- 6.9	Produits alimentaires et connexes	17	
58,946	63,330	55,230	57,750	49,077	55,299	+ 4.6	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18	
31,643	30,511	30,764	30,714	25,920	28,293	- 0.2	Appareils et fournitures photographiques	19	
							Tissus à la pièce	20	
130,860	139,052	126,826	139,483	103,756	117,977	+ 10.0	Literie et linge de maison	21	
42,290	43,033	42,481	45,226	37,454	44,053	+ 6.5	Menus articles	22	
102,383	100,735	100,730	101,744	89,920	94,736	+ 1.0	Porcelaine et verrerie	23	
46,384	46,347	45,899	52,635	50,595	51,900	+ 14.7	Revêtements de plancher	24	
66,734	67,767	58,364	62,662	61,418	63,613	+ 7.4	Tentures, rideaux et housses	25	
57,241	57,624	53,472	55,799	49,831	54,430	+ 4.4	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26	
170,564	185,442	180,919	173,387	187,444	201,135	- 4.2	Meubles	27	
52,395	63,130	57,037	65,066	53,734	56,357	+ 14.1	Gros appareils ménagers	28	
170,573	187,112	161,198	164,602	131,154	144,869	+ 2.1	Télévision, radio et musique	29	
194,666	201,240	177,177	195,368	153,799	172,142	+ 10.3	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30	
120,274	143,563	128,349	131,876	118,978	139,860	+ 2.7	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31	
...	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32	
122,561	124,990	116,921	112,697	120,860	126,772	- 3.6	Bijouterie	33	
106,777	111,584	101,051	111,877	85,915	103,238	+ 10.7	Jouets et jeux	34	
135,390	142,838	132,964	143,311	126,813	139,118	+ 7.8	Articles de sport et valises	35	
127,840	143,110	112,140	120,964	92,777	101,561	+ 7.9	Papeterie, livres et revues	36	
52,692	54,006	52,616	49,274	46,212	66,374	- 6.4	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37	
...	Repas et casse-croûtes	38	
4,528	4,713	4,269	4,652	4,800	5,487	+ 9.0	Services et travaux de réparation	39	
66,507	71,737	72,946	77,911	67,745	82,731	+ 6.8	Tous autres rayons	40	
3,255,669	3,545,010	3,208,927	3,379,715	2,915,066	3,156,073	+ 5.3	TOTAL, TOUS RAYONS	41	

(1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 26. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1982 and 1983

No.	Department	1983						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	4.55	4.03	3.73	3.67	2.73	1.85	3.09
2	Women's and misses' coats and suits	3.44	3.94	2.66	2.51	2.88	3.76	7.99
3	Women's and misses' sportswear	3.82	3.38	3.23	3.74	2.87	2.16	3.10
4	Furs	3.92	5.04	7.54	12.42	63.97	32.55	15.09
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.53	3.97	3.46	4.14	3.82	3.43	4.62
6	Girls' and teenage girls' wear	3.84	3.63	2.70	3.47	3.10	2.43	4.64
7	Lingerie and women's sleepwear	3.91	3.51	3.40	3.63	3.05	2.21	2.78
8	Intimate apparel	4.58	4.33	3.34	3.74	3.42	2.73	3.46
9	Millinery	1.68	1.84	1.42	1.88	1.19	1.05	2.06
10	Women's and girls' hosiery	3.25	3.63	3.12	3.45	3.43	3.58	4.78
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4.68	4.99	3.91	3.95	3.27	2.76	4.03
12	Women's, misses' and children's footwear	5.74	6.26	4.82	4.56	4.33	3.18	5.38
13	Men's clothing	5.39	6.87	4.85	4.90	5.24	3.64	6.02
14	Men's furnishings	5.29	5.46	4.10	4.93	4.23	2.33	3.82
15	Boys' clothing and furnishings	5.75	6.03	3.87	3.84	3.59	3.07	5.83
16	Men's and boys' footwear	7.04	6.44	5.14	5.04	5.41	3.87	5.77
17	Food and kindred products	0.80	0.69	0.73	0.79	0.60	0.84	0.82
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5.17	3.97	3.83	4.43	3.88	4.00	4.50
19	Photographic equipment and supplies	5.94	5.96	5.19	5.63	5.43	4.15	4.67
20	Piece goods	6.83	6.70	6.33	6.30	7.96	5.81	8.10
21	Linens and domestics	3.83	7.01	5.17	5.49	5.78	3.95	4.28
22	Smallwares and notions	3.96	4.95	4.54	5.68	6.45	6.38	6.42
23	China and glassware	11.17	10.51	8.18	9.51	8.23	9.41	9.13
24	Floor coverings	5.14	4.91	3.89	4.12	4.52	4.15	3.57
25	Draperies, curtains and furniture coverings	5.97	5.61	4.93	4.37	4.25	3.82	3.89
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6.46	8.01	6.55	7.01	8.68	7.74	7.33
27	Furniture	4.76	5.46	4.45	5.50	4.48	3.73	2.86
28	Major appliances	1.65	2.08	1.74	2.11	1.51	0.87	0.81
29	Television, radio and music	3.83	4.69	4.00	5.32	5.20	4.93	4.32
30	Housewares and small electrical appliances	6.69	5.58	5.78	6.22	5.61	5.22	5.58
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	6.34	6.63	6.74	5.03	4.14	4.32	5.19
32	Plumbing, heating and building materials	5.54	4.51	4.59	3.88	3.24	2.28	2.86
33	Jewellery	12.26	9.92	7.85	7.70	7.07	6.31	7.92
34	Toys and games	9.39	7.85	6.12	6.70	6.41	6.08	6.19
35	Sporting goods and luggage	5.93	7.51	6.45	6.28	5.31	4.02	4.63
36	Stationery, books and magazines	4.68	4.45	3.52	5.17	5.42	4.99	6.39
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	4.09	4.54	3.37	3.32	2.82	2.40	2.95
38	Meals and lunches	0.07	0.07	0.07	0.07	0.06	0.06	0.06
39	Repairs and services	0.63	0.52	0.48	0.49	0.44	0.44	0.51
40	All other departments	2.61	2.63	2.50	2.78	1.95	1.71	2.10
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.25	4.35	3.81	4.16	3.74	3.16	3.68

TABLEAU 26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1983		1982				Rayon	N°
August	September	October	November	November	December		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Novembre	Décembre		
2.95	2.91	3.71	3.81	2.80	1.67	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
3.51	4.11	3.05	2.61	2.08	1.82	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
3.12	2.60	3.42	3.42	2.68	1.60	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
10.81	10.47	4.72	3.70	3.44	3.09	Fourrures	4
3.52	3.30	3.95	3.47	2.68	1.88	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
1.94	3.18	3.25	2.72	2.66	1.29	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
3.23	2.86	3.51	3.00	2.59	0.92	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3.22	2.92	4.02	4.14	3.04	2.22	Sous-vêtements	8
2.07	1.87	1.65	1.71	1.07	0.78	Chapeaux	9
5.00	2.93	3.52	3.66	2.41	1.63	Bas pour dames et fillettes	10
4.03	3.16	3.69	2.84	2.64	1.15	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
4.36	3.50	3.89	3.34	3.13	2.98	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
6.29	4.22	4.60	3.89	3.55	2.43	Vêtements pour hommes	13
4.49	4.03	4.87	3.20	3.09	1.08	Articles d'habillement pour hommes	14
2.16	3.95	4.96	3.38	2.92	1.40	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
5.23	4.61	5.68	4.06	3.69	2.90	Chaussures pour hommes et garçons	16
0.69	0.69	0.87	0.77	0.66	0.43	Produits alimentaires et connexes	17
4.21	3.98	5.09	4.36	3.81	1.52	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
4.26	4.60	6.19	4.27	4.00	1.48	Appareils et fournitures photographiques	19
7.13	5.86	6.70	5.89	4.67	6.05	Tissus à la pièce	20
4.25	3.57	4.49	4.77	4.08	2.77	Literie et linge de maison	21
5.83	3.88	4.52	4.04	3.22	3.57	Menus articles	22
10.46	8.09	10.00	6.21	6.20	3.02	Porcelaine et verrerie	23
3.49	3.27	3.20	3.13	3.42	4.81	Revêtements de plancher	24
4.31	3.83	3.89	3.76	3.84	3.67	Tentures, rideaux et housses	25
7.88	6.32	7.13	4.94	4.42	2.17	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
3.27	3.82	4.10	3.94	4.62	5.30	Meubles	27
1.11	1.25	1.18	1.54	1.37	1.45	Gros appareils ménagers	28
4.33	3.21	3.89	3.35	3.05	1.90	Télévision, radio et musique	29
5.87	5.56	5.40	5.21	4.14	1.93	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
5.73	5.70	5.40	5.00	4.94	3.66	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
3.43	3.62	3.21	3.68	3.82	4.04	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
7.27	5.48	7.64	5.36	5.39	1.76	Bijouterie	33
6.98	8.20	6.50	2.55	2.64	0.73	Jouets et jeux	34
5.46	6.49	8.71	6.50	5.14	2.39	Articles de sport et valises	35
4.34	4.52	5.49	3.50	3.43	1.22	Papeterie, livres et revues	36
3.11	3.24	3.03	2.58	2.35	2.77	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
0.05	0.04	0.05	0.04	0.04	0.03	Repas et casse-croûtes	38
0.50	0.48	0.46	0.38	0.45	0.37	Services et travaux de réparation	39
2.39	2.51	3.17	2.74	2.76	1.22	Tous autres rayons	40
3.64	3.49	3.93	3.34	3.06	1.80	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 27. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, Canada, 1982 and 1983

No.	Department	1983						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.21	0.26	0.30	0.29	0.35	0.44	0.35
2	Women's and misses' coats and suits	0.28	0.27	0.38	0.37	0.28	0.26	0.17
3	Women's and misses' sportswear	0.26	0.30	0.35	0.28	0.33	0.41	0.33
4	Furs	0.24	0.19	0.14	0.06	0.02	0.03	0.07
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	0.26	0.26	0.31	0.26	0.26	0.28	0.24
6	Girls' and teenage girls' wear	0.25	0.30	0.42	0.29	0.31	0.37	0.26
7	Lingerie and women's sleepwear	0.25	0.28	0.32	0.29	0.32	0.41	0.37
8	Intimate apparel	0.22	0.22	0.31	0.29	0.28	0.35	0.30
9	Millinery	0.44	0.51	0.61	0.67	0.59	0.93	0.62
10	Women's and girls' hosiery	0.29	0.28	0.35	0.31	0.29	0.27	0.21
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.21	0.20	0.28	0.26	0.29	0.33	0.26
12	Women's, misses' and children's footwear	0.16	0.17	0.23	0.22	0.23	0.28	0.20
13	Men's clothing	0.15	0.16	0.22	0.20	0.19	0.26	0.17
14	Men's furnishings	0.19	0.19	0.26	0.22	0.23	0.39	0.27
15	Boys' clothing and furnishings	0.18	0.17	0.27	0.27	0.27	0.31	0.21
16	Men's and boys' footwear	0.13	0.15	0.22	0.20	0.20	0.24	0.18
17	Food and kindred products	1.30	1.48	1.38	1.32	1.45	1.34	1.18
18	Toiletries, cosmetics and drugs	0.21	0.22	0.28	0.24	0.24	0.26	0.23
19	Photographic equipment and supplies	0.18	0.16	0.20	0.18	0.19	0.24	0.22
20	Piece goods	0.13	0.15	0.18	0.15	0.14	0.15	0.13
21	Linens and domestics	0.25	0.15	0.19	0.19	0.18	0.24	0.24
22	Smallwares and notions	0.22	0.20	0.22	0.19	0.16	0.16	0.16
23	China and glassware	0.08	0.10	0.12	0.10	0.13	0.10	0.11
24	Floor coverings	0.18	0.20	0.27	0.24	0.23	0.24	0.27
25	Draperies, curtains and furniture coverings	0.16	0.17	0.22	0.22	0.24	0.26	0.25
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.15	0.13	0.17	0.14	0.13	0.12	0.14
27	Furniture	0.19	0.17	0.24	0.19	0.23	0.25	0.34
28	Major appliances	0.57	0.49	0.60	0.50	0.61	1.01	1.24
29	Television, radio and music	0.24	0.21	0.27	0.19	0.19	0.20	0.23
30	Housewares and small electrical appliances	0.16	0.18	0.17	0.17	0.17	0.20	0.18
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	0.15	0.15	0.17	0.19	0.26	0.23	0.19
32	Plumbing, heating and building materials	0.16	0.21	0.23	0.27	0.30	0.42	0.36
33	Jewellery	0.08	0.10	0.13	0.13	0.14	0.15	0.13
34	Toys and games	0.12	0.13	0.17	0.16	0.15	0.17	0.17
35	Sporting goods and luggage	0.16	0.13	0.17	0.17	0.19	0.24	0.21
36	Stationery, books and magazines	0.22	0.22	0.29	0.22	0.19	0.20	0.17
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.22	0.22	0.30	0.31	0.35	0.40	0.35
38	Meals and lunches	15.77	13.74	15.43	13.42	14.87	16.81	15.38
39	Repairs and services	1.45	1.79	2.21	1.99	2.15	2.38	1.99
40	All other departments	0.35	0.38	0.44	0.41	0.46	0.55	0.47
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.22	0.22	0.27	0.25	0.26	0.30	0.27

TABLEAU 27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1983			1982			Rayon	NO
August	September	October	November	November	December		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Novembre	Décembre		
0.34	0.34	0.30	0.28	0.35	0.52	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
0.31	0.28	0.33	0.35	0.42	0.48	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.34	0.40	0.30	0.30	0.38	0.55	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
0.10	0.11	0.21	0.27	0.27	0.32	Fourrures	4
0.28	0.30	0.28	0.27	0.35	0.52	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
0.47	0.34	0.31	0.36	0.38	0.62	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.33	0.36	0.32	0.37	0.40	0.86	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.31	0.35	0.27	0.26	0.32	0.45	Sous-vêtements	8
0.49	0.61	0.68	0.73	1.00	1.24	Chapeaux	9
0.21	0.34	0.30	0.28	0.41	0.59	Bas pour dames et fillettes	10
0.26	0.35	0.30	0.37	0.39	0.72	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
0.24	0.30	0.26	0.30	0.30	0.33	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
0.18	0.23	0.22	0.28	0.28	0.39	Vêtements pour hommes	13
0.24	0.26	0.22	0.32	0.31	0.74	Articles d'habillement pour hommes	14
0.39	0.28	0.22	0.28	0.32	0.63	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.19	0.22	0.19	0.24	0.27	0.33	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.41	1.38	1.33	1.37	1.65	2.04	Produits alimentaires et connexes	17
0.24	0.25	0.23	0.23	0.28	0.58	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
0.23	0.22	0.18	0.23	0.24	0.59	Appareils et fournitures photographiques	19
0.15	0.16	0.16	0.16	0.20	0.17	Tissus à la pièce	20
0.23	0.28	0.23	0.22	0.26	0.37	Literie et linge de maison	21
0.17	0.25	0.23	0.24	0.30	0.31	Menus articles	22
0.10	0.12	0.11	0.17	0.17	0.34	Porcelaine et verrerie	23
0.28	0.28	0.33	0.33	0.27	0.22	Revêtements de plancher	24
0.24	0.25	0.26	0.27	0.26	0.28	Tentures, rideaux et housses	25
0.13	0.15	0.15	0.20	0.22	0.41	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.30	0.26	0.26	0.25	0.21	0.21	Meubles	27
0.92	0.84	0.86	0.72	0.74	0.71	Gros appareils ménagers	28
0.24	0.31	0.27	0.31	0.34	0.52	Télévision, radio et musique	29
0.17	0.18	0.19	0.21	0.26	0.48	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
0.17	0.18	0.19	0.20	0.19	0.28	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.29	0.28	0.32	0.28	0.28	0.28	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
0.14	0.18	0.14	0.19	0.20	0.49	Bijouterie	33
0.15	0.13	0.17	0.37	0.34	0.91	Jouets et jeux	34
0.17	0.16	0.13	0.15	0.18	0.39	Articles de sport et valises	35
0.22	0.23	0.18	0.30	0.30	0.70	Papeterie, livres et revues	36
0.32	0.31	0.35	0.38	0.41	0.39	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
17.72	20.93	20.18	21.79	27.95	34.05	Repas et casse-croûtes	38
2.04	2.10	2.18	2.68	2.27	2.59	Services et travaux de réparation	39
0.43	0.41	0.35	0.37	0.37	0.72	Tous autres rayons	40
0.27	0.28	0.26	0.30	0.32	0.51	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 28. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Unadjusted, Canada, 1981-1983

TABLEAU 28. Montants à recevoir(1), non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983

Month	1981	1982	1983	Change from previous month	Change 1983/1982
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1983/1982
	thousands of dollars			per cent	
	milliers de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,554,350	1,624,889	1,668,020	- 5.0	+ 2.7
February - Février	1,488,706	1,554,529	1,599,438	- 4.1	+ 2.9
March - Mars	1,476,287	1,537,740	1,566,508	- 2.1	+ 1.9
April - Avril	1,483,717	1,536,243	1,583,987	+ 1.1	+ 3.1
May - Mai	1,493,281	1,527,443	1,601,258	+ 1.1	+ 4.8
June - Juin	1,501,535	1,505,203	1,585,200	- 1.0	+ 5.3
July - Juillet	1,523,351	1,477,266	1,553,254	- 2.0	+ 5.1
August - Août	1,512,048	1,476,402	1,541,395	- 0.8	+ 4.4
September - Septembre	1,537,138	1,536,070	1,594,573	+ 3.4	+ 3.8
October - Octobre	1,550,904	1,554,259	1,631,976	+ 2.3	+ 5.0
November - Novembre	1,622,633	1,613,782	1,702,704	+ 4.3	+ 5.5
December - Décembre	1,788,145	1,755,331			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 29. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983

TABLEAU 29. Montants à recevoir(1), désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983

Month	1981	1982	1983	Change from previous month	Change 1983/1982
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1983/1982
	millions of dollars			per cent	
	millions de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,470.0	1,538.5	1,576.1	+ 2.5	+ 2.4
February - Février	1,480.0	1,551.8	1,576.4	--	+ 1.6
March - Mars	1,499.0	1,563.8	1,593.1	+ 1.1	+ 1.9
April - Avril	1,515.0	1,566.1	1,614.5	+ 1.3	+ 3.1
May - Mai	1,537.0	1,567.6	1,635.0	+ 1.3	+ 4.3
June - Juin	1,563.0	1,563.0	1,639.0	+ 0.2	+ 4.9
July - Juillet	1,615.0	1,560.6	1,633.3	- 0.3	+ 4.7
August - Août	1,595.0	1,554.2	1,627.0	- 0.4	+ 4.7
September - Septembre	1,581.0	1,569.9	1,629.0	+ 0.1	+ 3.8
October ^F - Octobre ^F	1,565.0	1,566.3	1,643.0	+ 0.9	+ 4.9
November ^P - Novembre ^P	1,570.0	1,563.8	1,656.3	+ 0.8	+ 5.9
December - Décembre	1,563.0	1,537.8			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

Department Store Sales and
Stocks, MCD, Seasonal
and Trading Day Factors

Ventes et stocks des grands
magasins MDC et coefficients de
corrections des variations
saisonnnières et des jours
commerciaux

TABLE 30. Department Store Sales and Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1983

No.	Department		Sales - Combined Seasonal and Trading Day Factors			
			Ventes - Coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux			
			MCD in October	October ^T	November ^P	December ^P
			MDC en octobre	Octobre ^T	Novembre ^P	Décembre ^P
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5		94.27	110.67	147.66
2	Women's and misses' coats and suits	8		160.05	170.89	156.12
3	Women's and misses' sportswear	4		101.20	113.85	154.29
4	Furs	12		133.82	197.30	244.42
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	5		108.19	119.66	163.47
6	Girls' and teenage girls' wear	4		97.99	117.22	164.74
7	Lingerie and women's sleepwear	4		93.39	138.76	263.21
8	Intimate apparel	4		89.12	106.03	144.86
9	Millinery	9		129.94	214.36	257.04
10	Women's and girls' hosiery	4		111.09	120.29	172.67
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4		106.36	152.91	248.57
12	Women's, misses' and children's footwear	5		117.38	130.88	139.76
13	Men's clothing	4		106.43	146.76	195.56
14	Men's furnishings	5		91.51	150.40	271.75
15	Boys' clothing and furnishings	5		94.19	122.83	199.78
16	Men's and boys' footwear	6		104.25	127.26	163.96
17	Food and kindred products	4		94.53	116.98	142.73
18	Toiletries, cosmetics and drugs	2		93.83	117.24	229.48
19	Photographic equipment and supplies	4		87.40	116.59	244.48
20	Piece goods	7		118.26	123.75	100.72
21	Linens and domestics	3		98.01	108.46	167.04
22	Smallwares and notions	4		113.38	125.30	148.70
23	China and glassware	5		83.50	139.93	282.91
24	Floor coverings	5		113.97	123.26	103.30
25	Draperies, curtains and furniture coverings	3		102.28	115.50	121.96
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4		98.24	144.33	232.93
27	Furniture	4		97.92	105.86	104.87
28	Major appliances	5		104.88	108.11	115.73
29	Television, radio and music	4		100.81	136.22	207.72
30	Housewares and small electrical appliances	3		96.92	121.64	228.40
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	3		105.46	104.35	146.16
32	Plumbing, heating and building materials	5		102.50	105.73	105.87
33	Jewellery	3		83.44	143.12	313.02
34	Toys and games	4		99.20	227.13	386.11
35	Sporting goods and luggage	3		76.81	102.78	199.23
36	Stationery, books and magazines	3		84.55	124.68	247.00
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5		110.77	134.84	136.95
38	Meals and lunches	3		97.84	114.66	150.88
39	Repairs and services	6		104.02	134.17	136.30
40	All other departments	5		89.62	95.72	174.84
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3		99.29	125.25	187.50

TABLEAU 30. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1983

Stocks - Seasonal Factors

Stocks - Coefficients des variations saisonnières

				Rayon	N°
MCD in October	October ^r	November ^P	December		
MDC en Octobre	Octobre ^r	Novembre ^P	Décembre		
3	117.90	113.57	89.33	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
4	152.06	118.25	83.03	formes pour dames et jeunes filles	
3	110.81	113.08	82.46	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
5	129.02	119.44	107.55	filles	
4	119.23	107.24	91.10	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
				Fourrures	4
				Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
				de chambres d'enfants	
4	115.35	115.32	75.43	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
4	133.07	137.41	80.85	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
4	106.93	115.28	101.01	Sous-vêtements	8
6	134.61	173.59	157.97	Chapeaux	9
4	110.51	108.45	87.27	Bas pour dames et fillettes	10
3	130.17	131.52	84.90	Gants, moufles et articles de parure pour	11
				dames et fillettes	
3	109.96	99.46	93.00	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
				enfants	
4	122.36	118.28	100.13	Vêtements pour hommes	13
3	132.72	121.19	77.77	Articles d'habillement pour hommes	14
4	126.74	108.32	81.92	Vêtements et articles d'habillement pour	15
				garçons	
4	117.33	106.28	91.20	Chaussures pour hommes et garçons	16
...	Produits alimentaires et connexes	17
3	117.38	129.31	94.78	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
				caments	
4	130.57	116.90	86.13	Appareils et fournitures photographiques	19
5	110.22	101.01	99.99	Tissus à la pièce	20
3	97.80	109.33	103.91	Literie et linge de maison	21
4	102.80	94.28	103.71	Menus articles	22
3	105.89	110.71	113.24	Porcelaine et verrerie	23
3	103.09	93.80	107.08	Revêtements de plancher	24
3	105.99	103.07	106.48	Tentures, rideaux et housses	25
4	118.55	111.29	86.23	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
				d'ameublement pour la maison	
3	101.34	98.65	112.20	Meubles	27
4	101.43	108.66	111.96	Gros appareils ménagers	28
3	109.83	115.32	105.10	Télévision, radio et musique	29
3	110.69	116.28	91.39	Articles de ménage et petits appareils élec-	30
				triques	
4	108.27	103.68	96.90	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
				etc.	
...	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
				truction	
3	112.00	124.39	92.36	Bijouterie	33
4	168.46	134.12	58.57	Jouets et jeux	34
4	123.59	111.21	89.34	Articles de sport et valises	35
3	119.42	118.96	81.63	Papeterie, livres et revues	36
5	113.47	114.18	95.35	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
				réparation et fournitures	
...	Repas et casse-croûtes	38
8	117.82	113.82	93.75	Services et travaux de réparation	39
5	119.67	116.21	84.90	Tous autres rayons	40
3	116.33	114.06	93.06	TOTAL, TOUS RAYONS	41

LIST OF DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - LISTE DES ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS

MAJOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS TRADITIONNELS

Ayre's Ltd., Water St., St. John's, Newfoundland
Bowring Bros. Ltd., 281 Water St., St. John's, Newfoundland
Caplan, C., Ltd., 135 Rideau St., Ottawa, Ontario
Eaton, T., Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario
Goudies Ltd., 22 King St. W., Kitchener, Ontario
Holman, R.T., Ltd., Water St., Summerside, Prince Edward Island
Hougens Ltd., 305 Main St., Whitehorse, Yukon
Hubert, Magasin J.O., Ltée, 163-165 rue Principale, Maniwaki, Québec
Hudson's Bay Co., 2 Bloor St. E., Toronto, Ontario
Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd., 4910-50th St., Lloydminster, Saskatchewan
Ogilvy, Charles, Ltd., 126 Rideau St., Ottawa, Ontario
Ogilvy's, James A., Ltd., Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec
Right House, The, Co. Ltd., 35-41 King St. E., Hamilton, Ontario (Closed February 1983 - Fermée février 1983)
Robinson, The G.W., Co. Ltd., 18 James St., Hamilton, Ontario
Simpsons Ltd., 401 Bay St., Toronto, Ontario
Simpson Sears Ltd., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario
Smith & Chapple Ltd., 24 Birch St., Chapleau, Ontario
Woodward Stores (Alta.) Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia
Woodward Stores (B.C.) Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

JUNIOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS POPULAIRES

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario
Sentry Dep't. Stores Ltd., 1650 Avenue Rd., Toronto, Ontario
Steinberg Inc., Miracle Mart Division, 5151 Thimens, St-Laurent, Québec
Towers Department Stores Ltd., 6509 Airport Rd., Mississauga, Ontario
Woolco Department Stores, c/o F.W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario
Zeller's Ltd., 5250 Decarie Blvd., Montréal, Québec

SELECTED PUBLICATIONS

Following are publications of the Merchandising and Services Division in the Retail Trade sector.

Catalogue

- 63-002 Department Store Sales and Stocks. M. Bil. 36 pp. First Issue, 1938. (ISSN 0380-7045).

Total sales and number of outlets, by province and selected metropolitan area, and sales and inventories by department, Canada.

- 63-004 Department Store Sales by Regions. Advance Release. M. Bil. 1 pp. First Issue, 1950. (ISSN 0709-8650).

Total sales and percentage changes of sales by region.

- 63-005 Retail Trade. M. Bil. Approx. 65 pp. First Issue, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total retail sales by province and kind of business, for chain and independent stores; seasonally adjusted sales, Canada.

- 63-007 New Motor Vehicle Sales. M. Bil. Approx. 15 pp. First Issue, 1932. (ISSN 0705-5595).

Number and value of new passenger cars, trucks and buses sold by province and by origin (Canada and U.S. or imported). Monthly unit sales, by type and origin, seasonally adjusted.

- 63-014 Merchandising Inventories. M. Bil. 24 pp. First Issue, 1972. (ISSN 0380-7177).

Inventories and stocks/sales ratios, by type of trade for wholesale, by department for department stores, by kind of business for chain stores and independent stores: quarterly percentage changes for independent stores by kind of business.

- 63-210 Retail Chain and Department stores. A. Bil. Approx. 74 pp. First Issue, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total retail sales by chain and department stores by province, selected localities and kind of business including data on floor area, inventory and accounts receivable.

CHOIX DE PUBLICATIONS

Les publications suivantes se trouvent à la Section du commerce de détail, Division du commerce et des services.

Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M. Bil. 36 pages. Premier numéro, 1938. (ISSN 0380-7045).

Ventes totales et nombre de points de vente par provinces et certaines régions métropolitaines, ventes et stocks par rayon, Canada.

- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M. Bil. 1 page. Premier numéro, 1950. (ISSN 0709-8650).

Variations en pourcentage et ventes par région.

- 63-005 Commerce de détail. M. Bil. Environ 65 pages. Premier numéro, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total des ventes au détail par province et genre de commerce, pour les magasins à succursales et les magasins indépendants; chiffres désaisonnalisés, Canada.

- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M. Bil. Environ 15 pages. Premier numéro, 1932. (ISSN 0705-5595).

Nombre et valeur des voitures particulières, des camions et des autobus neufs vendus par province et par lieu d'origine (Canada et É.-U. ou importés). Ventes unitaires mensuelles selon le type et l'origine, après désaisonnalisation.

- 63-014 Stocks commerciaux. M. Bil. 24 pages. Premier numéro, 1972. (ISSN 0380-7177).

Stocks et rapports stocks/ventes, par genre de commerce pour le commerce de gros, par rayon pour les grands magasins et par genre de commerce pour les magasins à succursales et magasins indépendants: variations trimestrielles en pourcentage pour les magasins indépendants suivant le genre de commerce.

- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A. Bil. Environ 74 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total des ventes au détail pour les magasins à succursales et les grands magasins selon la province, certaines agglomérations et le genre de commerce, incluant des données sur la superficie totale, les stocks, et les comptes à recevoir.

Catalogue

- 63-213 Vending Machine Operators. A. Bil. 21 pp. First Issue, 1958. (ISSN 0527-6411).

Sales of merchandise through automatic vending machines, by type of machine and by location, Canada and provinces.

- 63-218 Direct Selling Canada. A. Bil. 14 pp. First Issue, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Sales of various commodities by method of distribution: by personal selling, by mail, from premises, etc.

- 63-219 Campus Book Stores, A. Bil. Approx. 8 pp. First Issue, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Retail sales by type of commodity, employees and payroll, by region or province for academic years.

- 63-224 Market Research Handbook. A. Bil. 700 pp. First Issue, 1975. (ISSN 0590-9325).

The data covers such topics as general economic indicators, population characteristics, personal income and expenditure and household facilities.

- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O. Bil. 695 pp. (ISBN 0-660-506-13-0).

The publication provides revised retail trade estimates for the years 1972 to 1979, both unadjusted and seasonally adjusted and also sections on definitions, concepts, classifications, methodology and data reliability.

- Operating Results - Retail Trades. O. Bil. 29 pp. First Issue, 1974.

The following publications in the Operating Results series contain ratios (percentages of net sales) for: purchases, inventories, cost of goods sold, gross profit, operating expense items and net profit.

- 63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1981

- 63-604 Independent Women's Retail Clothing Stores, 1975

- 63-605 Independent Retail Hardware Stores, 1976

Catalogue

- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A. Bil. 21 pages. Premier numéro, 1958. (ISSN 0527-6411).

Ventes de marchandise par distributeurs automatiques selon le genre de machine et l'emplacement, Canada et provinces.

- 63-218 La vente directe au Canada. A. Bil. 14 pages. Premier numéro, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Ventes de divers produits, par mode de distribution: par démarchage, par la poste, chez le fabricant, etc.

- 63-219 Librairies de campus. A. Bil. Environ 8 pages. Premier numéro, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Ventes au détail par type de produits, ainsi que le nombre d'employés et la paye, par région ou province pour les années scolaires.

- 63-224 Recueil statistique des études de marché. A. Bil. 803 pages. Premier numéro, 1975. (ISSN 0590-9325).

Les données portent sur des sujets tels que les indicateurs économiques généraux, les caractéristiques de la population, le revenu et les dépenses des particuliers et l'équipement ménager.

- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S. Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0).

Cette publication contient des données brutes et désaisonnalisées, révisées de 1972 à 1979, des sections sur les définitions, les concepts, la classification, la méthodologie et la fiabilité des données.

- Résultats d'exploitation - Commerce de détail. H.S. Bil. 29 pages. Premier numéro, 1974.

Les publications suivantes de la série des Résultats de l'exploitation contiennent des ratios (pourcentages des ventes nettes) pour les achats, les stocks, le coût des biens vendus, les bénéfices bruts, les dépenses d'exploitation et les bénéfices nets.

- 63-603 Magasins de vente au détail de vêtements pour hommes, 1981

- 63-604 Magasins indépendants de vente au détail de vêtements pour dames, 1975

- 63-605 Magasins indépendants de vente au détail de quincaillerie, 1976

Catalogue

- 63-606 Retail Shoe Stores, 1977
- 63-607 Retail Drug Stores, 1981
- 63-608 Retail Florists, 1979
- 63-609 Retail Jewellery Stores, 1981
- 63-610 Retail Hardware Stores, 1980
- 63-611 Women's Retail Clothing Stores, 1980
- 63-612 Retail Family Clothing Stores, 1980

M. - Monthly A.- Annual Bil.- Bilingual
O.- Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available free on request from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue

- 63-606 Magasins de vente au détail de chaussures, 1977
- 63-607 Pharmacies au détail, 1981
- 63-608 Magasins de fleuristes, vente au détail, 1979
- 63-609 Bijouteries au détail, 1981
- 63-610 Magasins de vente au détail de quincaillerie, 1980
- 63-611 Magasins de vente au détail de vêtements pour dames, 1980
- 63-612 Magasins de vente au détail de vêtements pour la famille, 1980

M. - Mensuel A.- Annuel Bil.- Bilingue
H.S. - Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et social du Canada. On peut se procurer gratuitement un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Department store sales and stocks

December 1983

Ventes et stocks des grands magasins

Décembre 1983

Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Merchandising and Services Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V4 (Telephone: 996-9304) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (992-4734)	Edmonton (420-3027)
Toronto (966-6586)	Vancouver (666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	Zenith 0-7037
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
British Columbia (South and Central)	112-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by NorthwestTel Inc.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories (area served by NorthwestTel Inc.)	Zenith 2-2015

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales and Services, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingué et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section de commerce détail,
Division du commerce et des services,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V4 (téléphone: 996-9304) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (992-4734)	Edmonton (420-3027)
Toronto (966-6586)	Vancouver (666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	Zénith 0-7037
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
Colombie-Britannique (sud et centrale)	112-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Zénith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Zénith 2-2015

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes et de la distribution des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

Statistics Canada
Merchandising and Services Division
Retail Trade Section

Department store sales and stocks

December 1983

Published under the authority of
the Minister of Supply and
Services Canada
Statistics Canada should be credited when
reproducing or quoting any part of this document

Minister of Supply
and Services Canada 1984

March 1984
5-3406-503

Prix: Canada, \$3.30, \$33.00 a year
Other Countries, \$3.95, \$39.50 a year

Catalogue 63-002, Vol. 48, No. 12

ISSN 0380-7045

Ottawa

Statistique Canada
Division du commerce et des services
Section du commerce de détail

Ventes et stocks des grands magasins

Décembre 1983

Publication autorisée par
le ministre des Approvisionnements et
Services Canada

Reproduction ou citation autorisée sous réserve
d'indication de la source: Statistique Canada

© Ministre des Approvisionnements
et Services Canada 1984

Mars 1984
5-3406-503

Prix: Canada, \$3.30, \$33.00 par année
Autres pays, \$3.95, \$39.50 par année

Catalogue 63-002, vol. 48, n°12

ISSN 0380-7045

Ottawa

SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or, in this publication less than half unit expressed.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the CANSIM staff, Current Economic Analysis Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-995-7406), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

SIGNES CONVENTIONNELS

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou, dans la présente publication, inférieur à la moitié de l'unité exprimée.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrice n° 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel du CANSIM, Division de l'analyse de conjoncture Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-995-7406), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

TABLE OF CONTENTS

	Page
Introduction	vii
Definitions	viii
Methodology	ix
Data Reliability	x
Non-sampling Errors	x
Non-sampling Error Measures	xi
Seasonal Adjustment	xiii
Constant Dollar Estimates	xiv
Data Confidentiality	xvi
Explanatory Notes	xvi
Charts	
1. Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983	xviii
2. Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983	xviii
3. Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1981-1983	xix
4. Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1981-1983	xx
5. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1981-1983	xx
6. Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization	xxi
7. Department Store Sales and Total Retail Trade, in constant (1971) and current dollars, Canada, 1974-1983	xxii

TABLE DES MATIÈRES

	Page
Introduction	vii
Définitions	viii
Méthodologie	ix
Fiabilité des données	x
Erreurs non liées à l'échantillonnage	x
Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage	xi
Désaisonnalisation	xiii
Estimations en dollars constants	xiv
Confidentialité des données	xvi
Notes explicatives	xvi
Graphiques	
1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1981-1983	xviii
2. Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1981-1983	xviii
3. Ventes des grands magasins et commerce de détail Total, par mois, Canada, 1981-1983	xix
4. Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1981-1983	xx
5. Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983	xx
6. Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisation	xxi
7. Ventes des grands magasins et commerce de détail total, en dollars constants (1971) et courants, Canada, 1974-1983	xxii

TABLE OF CONTENTS - Concluded

	Page
Table	
30. Department Store Sales and Stocks MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1983 and 1984	34
List of Department Store Organizations	36
Selected Publications	37

TABLES DES MATIÈRES - fin

	Page
Tableau	
30. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de correc- tions des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1983 et 1984	34
Liste des organisations de grands magasins	36
Choix de publications	37

INTRODUCTION

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services. A "List of Department Store Organizations" can be found at the end of this publication.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Merchandising and Services Division, to be utilized. (The census also measures the activities of "establishments", however, this concept is not used in the monthly survey of department stores.) Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. For example, non-department store locations are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure with the catalogue sales activity of department store organizations classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its leased departments, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as one structure, rather than as a number of smaller stores.

INTRODUCTION

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971. La "Liste des organisations de grands magasins" est donnée à la fin de cette publication.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division du commerce et des services. (Le recensement mesure également les activités des "établissements", toutefois cette unité d'observation n'est pas utilisée dans l'enquête mensuelle sur les grands magasins.) En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les firmes déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les rayons de concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement **unique** et non comme un regroupement de petits magasins.

distributions of sales by department, calculated from the reporting organizations, are applied to the monthly Canada sales total in order to provide an estimate of sales by department at the Canada level.

The **monthly stock values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdowns of sales and stocks. A stock-to-sales ratio for each department, calculated from the reporting organizations, is applied to the corresponding department's monthly sales estimate in order to provide an estimate of stocks by department at the Canada level.

The **monthly accounts receivable values**, published at the Canada level, are based on a panel of department store organizations which are known to have accounts receivable. Data for late respondents are estimated by applying the monthly percentage change in accounts receivable, calculated from the reporting organizations, to the previous month's data of each organization that was late in reporting.

Data Reliability

Non-sampling Errors

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the organizations listed at the end of this publication. The survey can be considered as a complete census of the population under consideration and therefore not subject to sampling errors; however, even under a census situation, with a complete enumeration each month of all known department store locations, errors in published data can occur. These errors, called non-sampling errors, are present whether a sample or a complete census of the population is taken and can be attributed to one or more of the following sources:

Coverage error. This error can result from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

Data response error. This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses under different modes of communication.

par rayon obtenues auprès des firmes déclarantes est appliquée au chiffre mensuel des ventes totales pour le pays afin d'établir une estimation des ventes par rayon pour l'ensemble du Canada.

Le **chiffre des stocks mensuels par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes et des stocks. Pour chaque rayon, le rapport des ventes aux stocks (calculé à partir des déclarations des firmes) est appliqué à l'estimation des ventes mensuelles afin de produire une estimation des stocks pour le Canada.

Le **chiffre des comptes à recevoir mensuel** pour l'ensemble du pays provient des sociétés de grands magasins qui ont de tels comptes. Les données relatives aux enquêtés retardataires sont estimées comme suit: on calcule d'abord la variation en pourcentage des comptes à recevoir des firmes déclarantes, puis on la fait porter sur les chiffres du mois précédent de la firme retardataire.

Fiabilité des données

Erreurs non liées à l'échantillonnage

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins énumérées à la fin de cette publication. Étant donné qu'elle peut être considérée comme un recensement exhaustif de la population observée, elle ne risque pas de comporter des erreurs d'échantillonnage. Par contre, même les données publiées d'un recensement qui dénombre intégralement à chaque mois l'ensemble des points de vente connus des grands magasins peuvent être entachées d'erreurs. Celles-ci, dites non liées à l'échantillonnage, se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

Le champ couvert par l'enquête. L'erreur résulte d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

La réponse. Ici, l'erreur peut être attribuable à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou aux variations, d'un interviewer à l'autre dans le mode de communication retenu, lorsqu'il s'agit d'expliquer des questions et l'interpréter des réponses.

Non-response error. Some respondents may refuse to answer questions, some are unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally increases with increases in the non-response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

Processing error. These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc.

Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control so that their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates of this publication all attempts have been made to minimize the non-sampling errors: department store locations have been defined in a most precise manner; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations; detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; and every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response burden.

Non-sampling Error Measures

One source of non-sampling error is the non-response error. Text Table I assists users in evaluating this error. Two response measures are derived, namely, the **response rate**, which is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication and the **response fraction**, which is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data.

The units used in the Department Store Sales and Stocks Survey for derivation of the response rate is based on (1) the survey unit - the 10 provinces, the two territories and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations and (2) the organizational unit - the department store firm (company) themselves. For example, a department store firm reporting for 20 stores in Ontario would be considered as one survey

La non-réponse. Certains enquêtés refusent de répondre, tandis que d'autres en sont incapables et encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur les non-répondants, lorsque celles-ci existent. On ne connaît généralement pas l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure qu'augmente le taux de non-réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

Le traitement. L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération et la totalisation.

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. En outre, il faut les cerner de sorte qu'elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. En ce qui concerne les estimations du présent bulletin, tout a été mis en oeuvre afin de minimiser ce genre d'erreurs. Ainsi, les points de vente des grands magasins ont été définis avec beaucoup de précision; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum le nombre d'interprétations éventuelles; les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; enfin, on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage

Parmi les erreurs non liées à l'échantillonnage, on retrouve l'erreur de non-réponse. Le tableau explicatif I donne deux mesures de la réponse qui aideront l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. Le **taux de réponse** représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication. La **fraction de réponse**, par contre, est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés.

Les unités utilisées pour calculer le taux de réponse de l'enquête sur les ventes et les stocks des grands magasins est fondée sur (1) les unités d'enquête - soit les 10 provinces, les deux territoires et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente et (2) les unités organisationnelles - les sociétés des grands magasins elles-mêmes. Par exemple, une société de grands magasins qui produit une déclaration pour 20 magasins en Ontario est considérée comme une unité d'en-

unit and one organizational unit while a firm reporting for five stores in Vancouver, 10 in British Columbia (excluding Vancouver) and two in Yukon would be considered as three survey units but only one organizational unit.

The data variables under consideration for derivation of the **response fraction** are sales, stocks and accounts receivable.

Text Table I gives the reliability of the survey data with respect to the non-response error. The response rate is given as the percentage of survey units and the corresponding organizational units which have responded in time for inclusion in this publication. The response fraction is given as the percentage of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores. For example, a cell of 20 organizational units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25% in terms of these units. If the five units represented \$8 million out of a published estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%. In cases such as these, the response rate alone would tend to underestimate the reliability of the estimate and both measures should be considered.

quête et une unité organisationnelle alors qu'une firme dont la déclaration porte sur cinq magasins à Vancouver, 10 en Colombie-Britannique (sauf Vancouver) et deux au Yukon représente trois unités d'enquête mais seulement une unité organisationnelle.

Les variables dont il faut tenir compte pour calculer la **fraction de réponse** sont les ventes, les stocks et les comptes à recevoir.

Le tableau explicatif I donne la fiabilité des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse. Le taux de réponse représente le pourcentage des unités d'enquête et des unités organisationnelles correspondantes qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans le présent bulletin. Par contre, la fraction de réponse constitue le pourcentage des données publiées qui sont fondées sur des renseignements effectivement déclarés par les grands magasins. Par exemple, le taux de réponse d'une cellule comportant 20 unités organisationnelles dont cinq répondent lors d'un mois donné atteindrait 25%. Cependant, si les cinq unités représentent \$8 millions sur l'estimation publiée de \$10 millions, la fraction de réponse s'élèverait à 80%. Comme le taux de réponse aurait, à lui seul, tendance à déprécier la fiabilité de l'estimation dans un tel cas, il faudrait tenir compte des deux unités de mesure.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1983
December

TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1983
Décembre

	Response rate		Response fraction
	Taux de réponse		Fraction de réponse
	Survey units	Organizational units	
	Unités d'enquête	Unités organisationnelles	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	98.2	91.7	99.9
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	58.3	86.8
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	41.7	61.7
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	93.3	99.9

Seasonal Adjustment

Time series contain the elements essential to the description, explanation and forecasting of the behaviour of an economic phenomenon: "They are statistical records of the evolution of economic processes through time." (1) In using time series to observe economic activity, economists and statisticians have identified four characteristic behavioural components: the long-term movement or trend, the cycle, the seasonal (variations) and the irregular (fluctuations). These movements are caused by various economic, natural or institutional factors. The seasonal variations occur periodically on a more or less regular basis over the course of the year as a result of seasonal changes in weather, statutory holidays and other events which occur at fairly regular intervals and thus have a major impact on the rate of economic activity.

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X-11-ARIMA seasonal adjustment method (2) to seasonally adjust its time series. This method minimizes the impact of seasonal variations on the series and essentially consists of adding one year of raw data onto each end of the original series before it is seasonally adjusted per se. The estimated data are derived from forecasts and backcasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

The X-11 part of the X-11-ARIMA program uses primarily the ratio-to-moving average method to smooth the modified series and obtain a preliminary estimate of the trend-cycle, to calculate the ratios of the original series (fitted) to the estimates of the trend-cycle and to estimate the seasonal factors from these ratios. The final seasonal factors are produced only after these operations have been repeated several times. (3) These procedures, used to determine the seasonal factors necessary to calculate the final seasonally adjusted data, are, since May 1983, executed every month instead of once a year. This permits

Désaisonnalisation

Les séries temporelles ou chronologiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. "Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps" (1). L'observation par les économistes et les statisticiens de l'activité économique à l'aide des séries temporelles a donc permis de distinguer quatre composantes principales du comportement des séries temporelles: la tendance à long terme ou trend, le mouvement cyclique, les variations saisonnières et les fluctuations irrégulières ou accidentelles. Ces mouvements sont causés par différents facteurs, soit économiques, naturels ou institutionnels. Les variations saisonnières sont les fluctuations périodiques plus ou moins régulières qui se produisent au cours d'une année en raison du cycle météorologique normal, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles avec une certaine régularité pour influencer de façon significative le taux d'activité.

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et de produire une meilleure prédiction, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI (2) afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. Cette technique consiste essentiellement à ajouter une année de données brutes à chacune des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolations prospectives et retrospectives réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressifs à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

La partie X-11 du programme X-11-ARMMI fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série modifiée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, pour calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle et pour estimer les facteurs saisonniers à partir de ces dits rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises (3). Ces étapes déterminant les facteurs saisonniers nécessaires au calcul des données désaisonnalisées finales, sont depuis mai 1983, exécutées à chaque mois au lieu d'une seule fois par an. Il nous est donc possible de mettre

1) "A Note on the Seasonal Adjustment of Economic Time Series," **Canada Statistical Review**, August 1974.

2) For further information see the **X-11-ARIMA Seasonal Adjustment Method**, by Estella Bee Dagum, Statistics Canada, Catalogue 12-564E, Occasional.

3) See next page.

(1) La désaisonnalisation des séries temporelles économiques: quelques remarques; tiré à part de la **Revue statistique du Canada**, Août 1974.

(2) Pour plus ample information voir **La méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI**, par Estella Bee Dagum, Statistique Canada, no. 12-564F au catalogue, hors série.

(3) Voir page suivante.

us to update each month the reference series from which we derive the final estimations of the seasonal factors with the previous month's revised data. However, in order to obtain the preliminary seasonally adjusted value for the current month's sales, a projected seasonal factor is used (derived from previous month's data.)

While seasonal adjustment permits a better understanding of the underlying trend-cycle of a series, the seasonally-adjusted series still contains an irregular component. Slight month-to-month variations in the seasonally adjusted series may be simple irregular movements; to get a better idea of the underlying trend, then, users must examine several months of seasonally adjusted series.

To assist the user, the Months of Cyclical Dominance number, MCD, is provided.(3) The MCD is the shortest monthly span for which a certain ratio becomes and remains less than one, that is, the ratio for which the absolute average percentage change of the trend-cycle of the seasonally adjusted series becomes greater than the absolute average percent change of the irregular component. The MCD can be interpreted as the number of months over which a change in the seasonally adjusted series must move in a given direction before one can be reasonably certain that the trend-cycle of that series also has moved in the given direction. Clearly small MCD's are desirable and indicative of a smooth series. Applying a moving average to the seasonally adjusted data of MCD length tends to smooth irregular movements which may obscure the underlying trend-cycle. The MCD moving average provides a method of reducing all types of series to approximately the same degree of smoothness whatever the size of the irregular component in the original series.

Constant Dollar Estimates

To obtain constant dollar estimates of total department store sales (Text Table II), estimates of sales by department group are deflated using department group implicit price indices supplied by the Industry Product Division of Statistics Canada. These deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars. The published price index is an implicit index calculated by dividing the total current dollar sales estimate by the total constant dollar sales estimate.

(3) See Tables 30.

à jour mensuellement les séries de référence desquelles on dérive les estimations finales des facteurs saisonniers, en employant les données les plus récentes disponibles. Toutefois, afin d'obtenir la valeur préliminaire des ventes désaisonnalisées pour le mois courant, on utilise une prévision du facteur saisonnier fondée sur les données disponibles le mois précédent.

Bien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent n'être que de simples mouvements irréguliers; pour avoir une meilleure idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

À cette fin, on retient l'usage des mois à dominance cyclique, ou MDC.(3) Il s'agit du plus petit nombre de mois pour lesquels un certain rapport devient et reste inférieur à l'unité; autrement dit, il s'agit de la période pendant laquelle le taux de variation moyen absolu de la tendance-cycle de la série désaisonnalisée est supérieur à celui de la composante irrégulière. Le MDC peut être considéré comme le nombre de mois que doit durer une variation de la série désaisonnalisée dans une direction donnée avant qu'on puisse être raisonnablement certain que la tendance-cycle de la série évolue dans la même direction. Ainsi, un MDC peu élevé est souhaitable puisqu'il indique la présence d'une série lisse. L'application d'une moyenne mobile aux données désaisonnalisées de période égale au MDC tend à lisser les mouvements irréguliers pouvant dissimuler la tendance-cycle fondamentale. La méthode de la moyenne mobile du MDC permet de réduire tous les genres de série à peu près au même niveau de lissage, quelle que soit la taille de la composante irrégulière dans la série initiale.

Estimations en dollars constants

Afin d'obtenir la valeur estimative de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants (tableau explicatif II), les estimations des ventes relatives aux principaux groupes de départements sont dégonflées au moyen des indices implicites de prix appropriés fournis par la Division du produit industriel de Statistique Canada. Les estimations de ces groupes de rayons ainsi dégonflées sont par la suite totalisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants. L'indice des prix qui est publié est un indice implicite obtenu en divisant le chiffre estimatif des ventes totales en dollars courants par l'estimation correspondante en dollars constants.

(3) Voir les tableaux 30.

TEXT TABLE II. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1981-1983

TABLEAU EXPLICATIF II. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1981-1983

Period	Price index	Current dollars unadjusted	Year/year per cent change	Constant 1971 dollars unadjusted	Year/year per cent change
Période	Indice des prix	Dollars courants non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1971 non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année
		'000	%	'000	%
1981:					
January - Janvier	185.2	643,821	+ 14.5	347,636	+ 4.0
February - Février	189.3	568,767	+ 9.1	300,458	- 0.7
March - Mars	190.0	688,718	+ 11.3	362,483	+ 2.0
April - Avril	192.1	793,595	+ 16.0	413,116	+ 6.4
May - Mai	193.5	822,881	+ 7.1	425,261	- 1.0
June - Juin	193.3	835,934	+ 20.8	432,454	+ 12.0
July - Juillet	193.2	757,743	+ 6.8	392,207	- 1.5
August - Août	195.2	786,492	+ 7.5	402,915	- 0.9
September - Septembre	195.7	848,390	+ 5.3	433,516	- 2.6
October - Octobre	198.1	892,549	+ 8.3	450,555	- 0.6
November - Novembre	199.0	1,036,498	+ 4.6	520,853	- 3.1
December - Décembre	198.1	1,542,685	+ 5.8	778,741	- 1.7
Year - Année	194.3	10,218,073	+ 9.1	5,260,195	+ 0.6
1982:					
January - Janvier	198.6	600,051	- 6.8	302,140	- 13.1
February - Février	204.8	578,049	+ 1.6	282,250	- 6.1
March - Mars	204.1	694,137	+ 0.8	340,097	- 6.2
April - Avril	206.4	788,971	- 0.6	382,253	- 7.5
May - Mai	208.5	813,933	- 1.1	390,376	- 8.2
June - Juin	207.4	790,853	- 5.4	381,318	- 11.8
July - Juillet	205.7	763,949	+ 0.8	371,390	- 5.3
August - Août	207.2	775,727	- 1.4	374,386	- 7.1
September - Septembre	205.2	861,179	+ 1.5	419,678	- 3.2
October - Octobre	208.1	859,187	- 3.7	412,872	- 8.4
November - Novembre	208.8	1,073,558	+ 3.6	514,156	- 1.3
December - Décembre	208.4	1,608,478	+ 4.3	771,822	- 0.9
Year - Année	206.5	10,208,072	- 0.1	4,942,738	- 6.0
1983:					
January - Janvier	206.6	623,426	+ 3.9	301,755	- 0.1
February - Février	213.2	604,104	+ 4.5	283,351	+ 0.4
March - Mars	211.9	787,578	+ 13.5	371,674	+ 9.3
April - Avril	215.4	775,268	- 1.7	359,920	- 5.8
May - Mai	215.8	840,268	+ 3.2	389,373	- 0.3
June - Juin	214.9	920,164	+ 16.4	428,182	+ 12.3
July - Juillet	212.9	813,792	+ 6.5	382,241	+ 2.9
August - Août	213.8	850,941	+ 9.7	398,008	+ 6.3
September - Septembre	211.1	922,067	+ 7.1	436,792	+ 4.1
October - Octobre	214.3	922,014	+ 7.3	430,245	+ 4.2
November - Novembre	215.1	1,138,763	+ 6.1	529,411	+ 3.0
December - Décembre	213.6	1,731,121	+ 7.6	810,450	+ 5.0
Year - Année	213.4	10,929,506	+ 7.1	5,121,402	+ 3.6

Data Confidentiality

Statistics Canada is prohibited by law from publishing any statistics which would divulge information relating to any identifiable business without the previous consent in writing of that business(4). The disclosure of data likely to reveal specific information on the activity of a particular company is therefore systematically and rigorously controlled and regulated to prevent the publication or disclosure of any information deemed confidential. The rules regarding the confidentiality of parts of the results of merchandising surveys are therefore applied in such a way that no data are shown for cells (or statistical units) composed of fewer than three companies or of three or more if these are dominated by one or two companies. Then, in the publication itself, the information is withheld on this designated cell by entering an "X" in the appropriate boxes.

Another way of preserving data confidentiality without having to enter an "X" is to combine (consolidate) the information from selected regions (or selected cells) for the same item. The data in question can then simply be aggregated and published in a less detailed, but still confidential, form. For example, in many cases the data for the Northwest Territories and the Yukon are included with the British Columbia data.

The rigorous application of these rules preserves the confidentiality of the information and ultimately has little effect on the dissemination of merchandising survey results.

Explanatory Notes

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios(5) are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

(4) See Section 16 of the Statistics Act (Chapter 15), entitled "Secrecy".

(5) See Table 26.

Confidentialité des données

La loi interdit à Statistique Canada de diffuser au grand public des données qui pourraient servir à identifier une entreprise ou certaines de ses caractéristiques, sans avoir obtenu au préalable l'autorisation écrite de cette dernière(4). Ainsi, le dévoilement de données susceptibles de révéler des renseignements précis sur l'activité d'une entreprise particulière est systématiquement contrôlé suivant des dispositions strictes de telle sorte qu'aucun renseignement jugé secret ne soit publié ou divulgué. L'application des règles sur le caractère secret d'une partie des résultats des enquêtes sur le commerce s'établit donc de manière à ce qu'aucune donnée ne soit révélée pour des cellules (ou unités statistiques) composées de moins de trois compagnies, ou encore de trois ou plus lorsque celles-ci sont dominées par une ou deux compagnies. Par la suite l'information concernant ces cellules est dissimulée en inscrivant un X aux différents postes visés dans la publication.

Une autre façon de préserver le caractère confidentiel de l'information sans pour autant avoir à mettre des "X", consiste à grouper (consolider) pour certaines régions (ou certaines cellules) l'information d'un même poste. Il suffit alors d'agréger les données visées et de les présenter sous une forme moins détaillée mais qui respecte la consigne de confidentialité. Par exemple dans bien des cas, les données relatives aux Territoires du Nord-Ouest et du Yukon sont incluses avec celles de la Colombie-Britannique.

Ainsi, par l'application rigoureuse de ces règles, le caractère privé de l'information est préservé et n'affecte que très marginalement en fin de compte la diffusion des résultats des enquêtes sur le commerce.

Notes explicatives

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication est fondée sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elle tient compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elle ne se limite pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient les ratios stocks-ventes(5) en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

(4) Voir l'article 16, intitulée Secret, du chapitre 15 de la Loi sur la statistique.

(5) Voir tableau 26.

The sales-stocks ratios(6) are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the January issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks are published yearly in the March issue of this publication. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The number of shopping days that this publication is based on varies from month to month. See Text Table III for the number of shopping days the current publication is based on.

(6) See Table 27.

On obtient les ratios ventes-stocks(6) en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement.

La liste de référence des marchandises, qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de janvier.

Les chiffres révisés des ventes et des stocks des grands magasins sont publiés chaque année dans le numéro de mars du présent bulletin. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Le tableau explicatif III donne le nombre de jours pour la période la plus récente.

(6) Voir tableau 27.

TEXT TABLE III. Number of Shopping Days, by Month, 1982 and 1983

TABLEAU EXPLICATIF III. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1982 et 1983

	1983		1982	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	25	4	25	5
February - Février	24	4	24	4
March - Mars	27	4	27	4
April - Avril	25	5	25	4
May - Mai	25	4	26	5
June - Juin	26	4	26	4
July - Juillet	25	5	26	5
August - Août	26	4	26	4
September - Septembre	25	4	25	4
October - Octobre	25	5	25	5
November - Novembre	26	4	26	4
December - Décembre	26	5	26	3

Chart — 1

Graphique — 1

Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981 – 1983

Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1981 – 1983

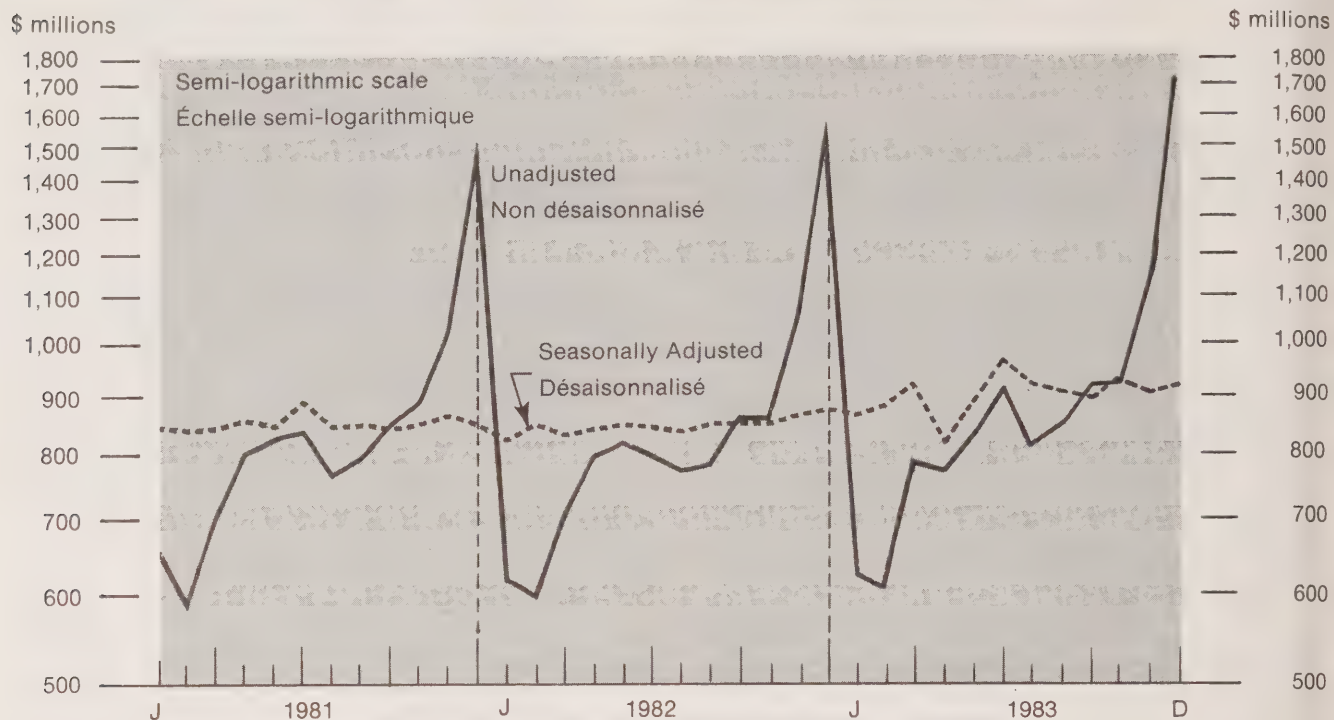


Chart — 2

Graphique — 2

Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981 – 1983

Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1981 – 1983

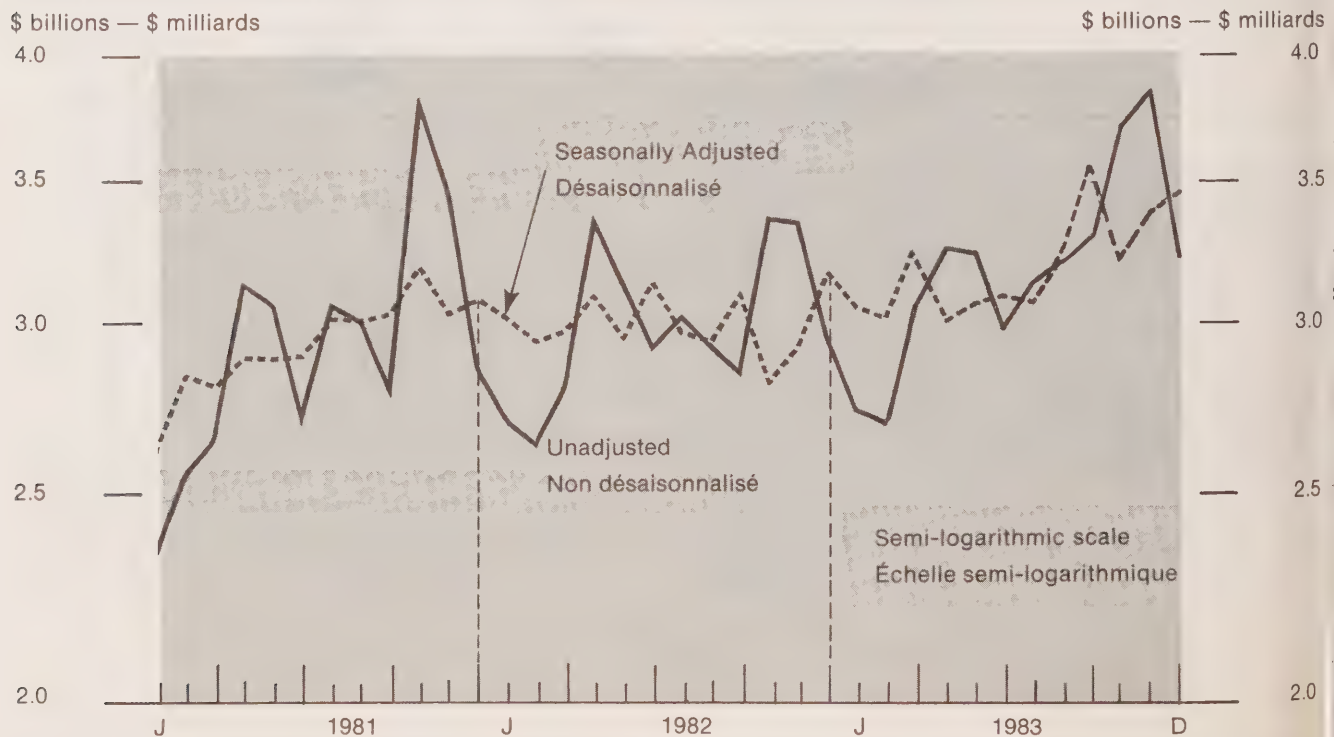


Chart — 3

Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1981 – 1983

Graphique — 3

Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1981 – 1983

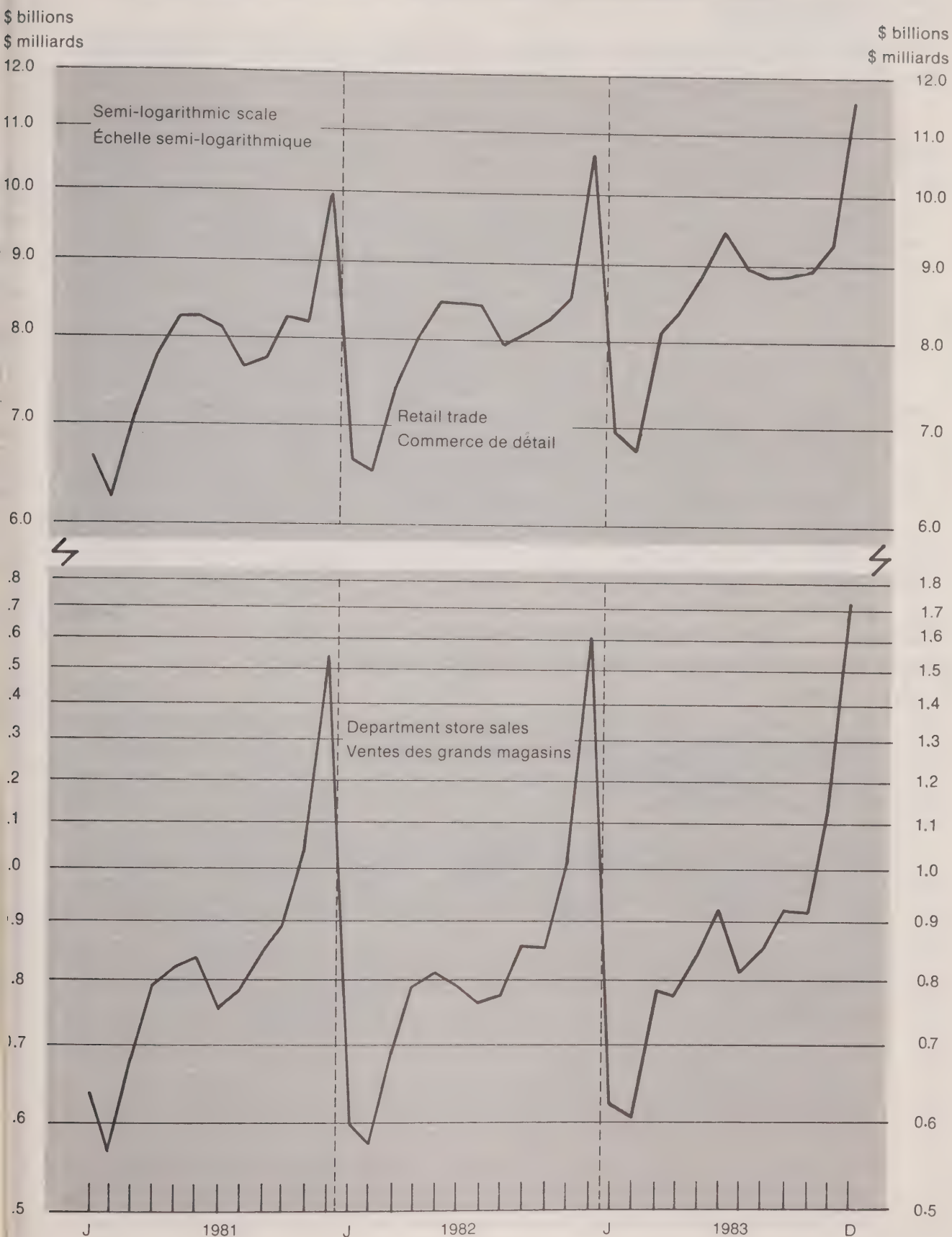


Chart — 4

Graphique — 4

Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1981 – 1983

Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1981 – 1983

\$ millions

\$ millions

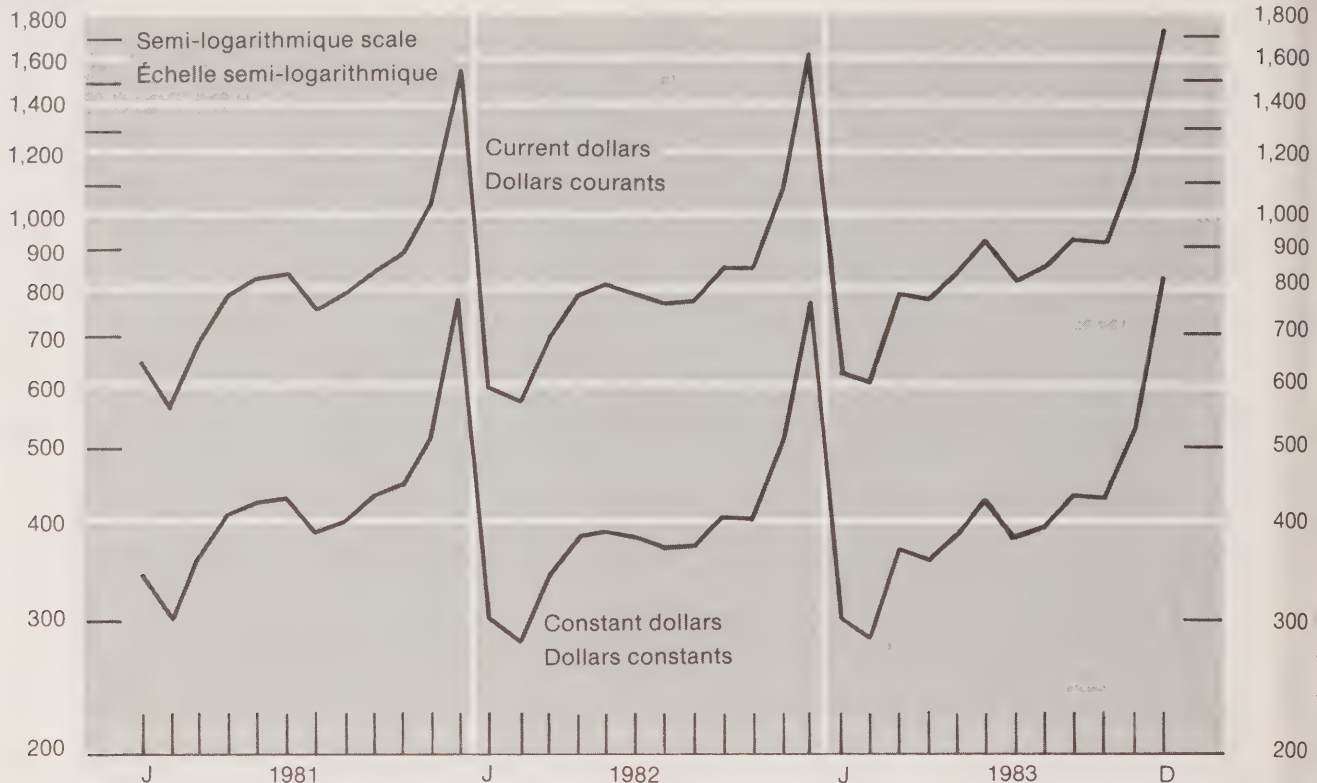


Chart — 5

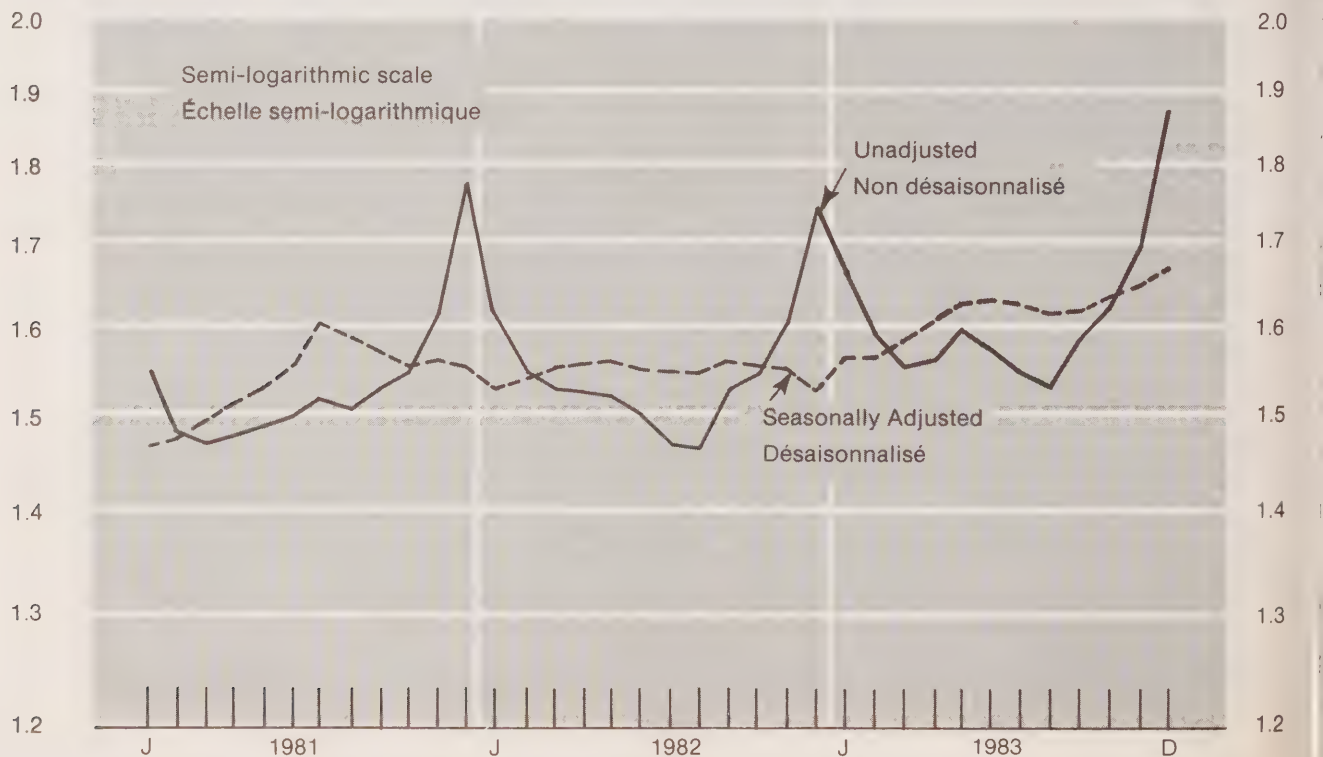
Graphique — 5

Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1981 – 1983

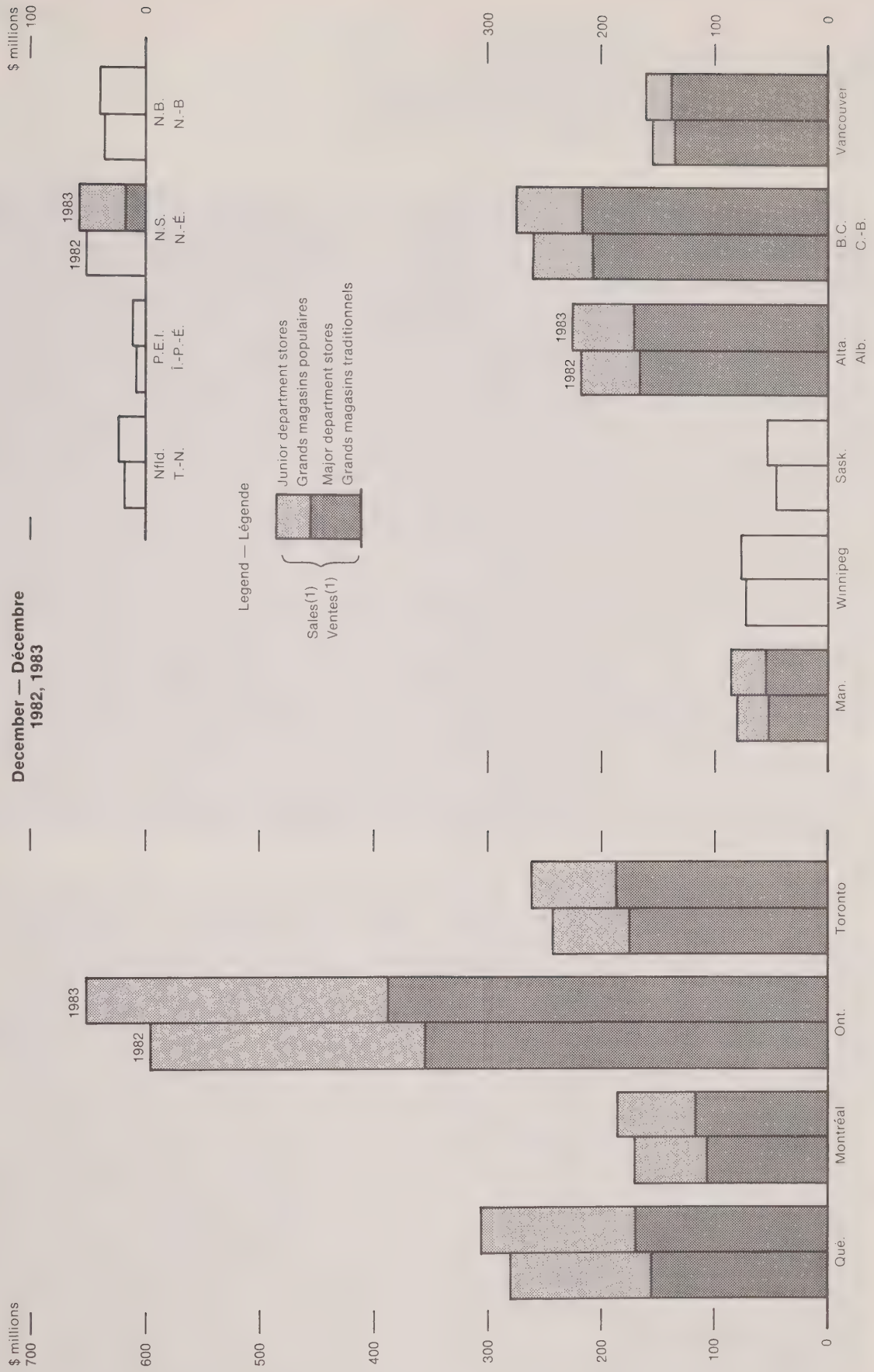
Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981 – 1983

\$ milliards - \$ billions

\$ milliards - \$ billions



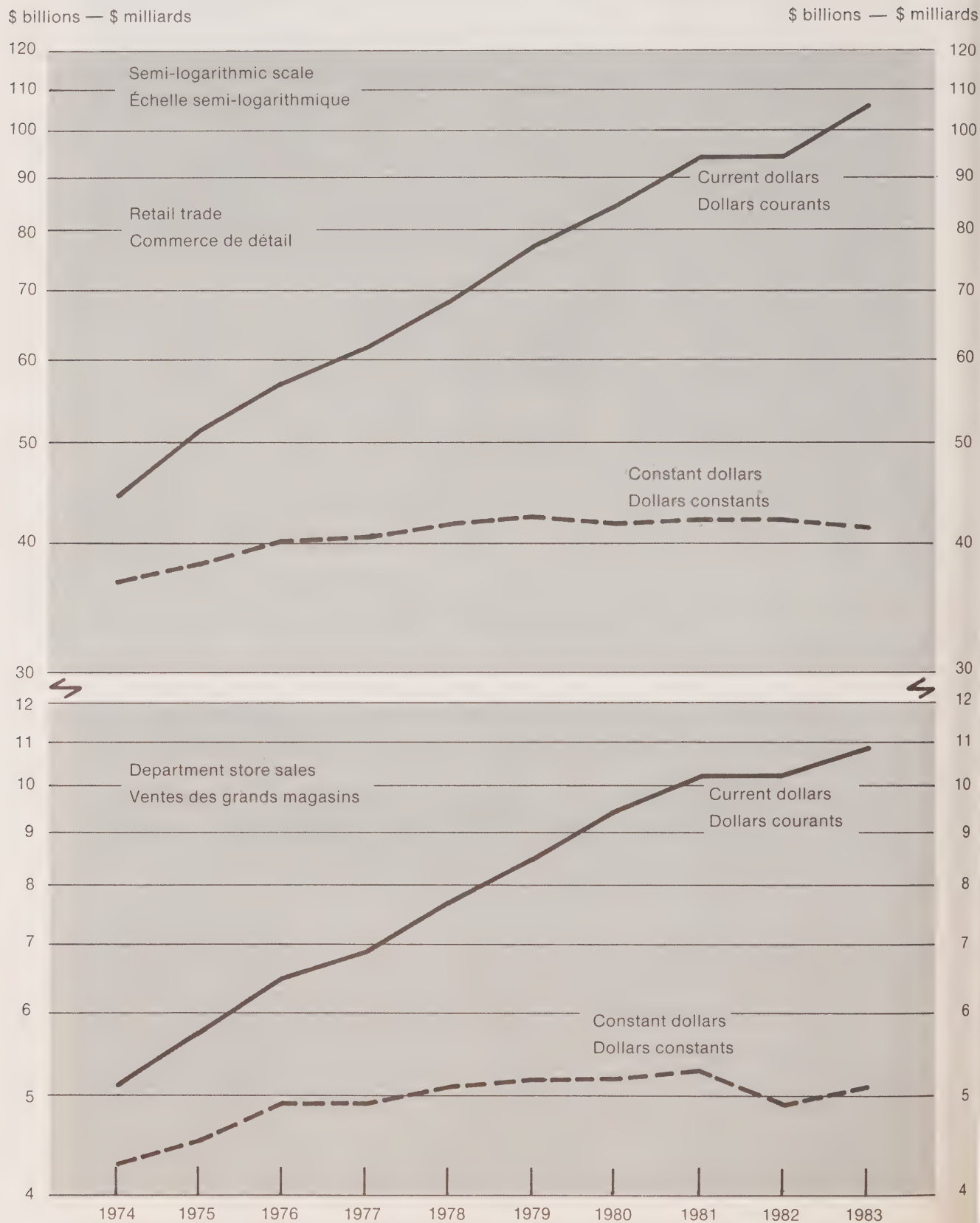
Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisations



(1) For reasons of confidentiality, the split between the two groups (Major-Junior) is not shown for some regions.
 (1) Pour des raisons de confidentialité, nous ne montrons pas, pour certaines régions, la subdivision en deux groupes (Traditionnels-Populaires).

Department Store Sales and Total Retail Trade, in Constant (1971) and Current Dollars, Canada, 1974-1983

Ventes des grands magasins et commerce de détail total, en dollars constants (1971) et courants, Canada, 1974-1983



HIGHLIGHTS

Seasonally adjusted sales

Total department store sales in December 1983, adjusted for seasonal variations and the number of trading days, increased 1.2% from the revised preceding month's sales of \$912.9 million to \$923.4 million. Among the 24 departments recording sales increases, the largest gains were reported by gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies (+ 18.8%), smallwares and notions (+ 14.5%) and men's clothing (+ 12.8%), while the largest decreases were recorded by floor coverings (- 14.8%), toys and games (- 8.1%) and women's, misses' and children's footwear (- 6.6%).

Unadjusted sales

Unadjusted department store sales totalled \$1,731.1 million in December 1983, up 7.6% over December 1982. Sales were higher in 30 of the 40 departments, with the largest increases in furs (+ 35.9%), men's clothing and gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies (both at + 18.0%) and major appliances (+ 16.8%). The most notable decreases were recorded in girls' and teenage girls' wear (- 9.9%), sporting goods and luggage (- 3.0%) and floor coverings (- 2.8%).

With the exception of the Yukon and Northwest Territories which had decreased department store sales over last year of - 2.6%, all provinces showed sales increases in December 1983 from the same month a year earlier ranging from 15.3% in Prince Edward Island to 3.2% in Alberta. All ten metropolitan areas surveyed reported sales increases ranging from 13.2% in Ottawa-Hull to 1.2% in Calgary.

Sales by major department store organizations in December 1983 totalled \$1,078.6 million, up 6.8% from December 1982. Junior department store organizations had sales of \$652.5 million, an increase of 9.0% from a year earlier.

POINTS SAILLANTS

Ventes désaisonnalisées

Les ventes totales des grands magasins en décembre 1983, corrigées en fonction des variations saisonnières et du nombre de journées d'affaires, ont haussé de 1.2% par rapport aux ventes révisées du mois précédent (\$912.9 millions) pour se chiffrer à \$923.4 millions. Des 24 rayons pour lesquels des augmentations de ventes ont été enregistrées, on a constaté les gains les plus importants pour les rayons d'essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures (+ 18.8%), de menus articles (+ 14.5%) et de vêtements pour hommes (+ 12.8%), tandis que les rayons de revêtements de plancher (- 14.8%), de jouets et jeux (- 8.1%) et de chaussures pour dames, jeunes filles et enfants (- 6.6%) ont, pour leur part, indiqué les baisses les plus fortes.

Ventes non désaisonnalisées

Les ventes non désaisonnalisées des grands magasins ont totalisé \$1,731.1 millions en décembre 1983, 7.6% de plus qu'en décembre 1982. Les ventes se sont accrues dans 30 des 40 rayons parmi lesquels les hausses les plus marquées ont été signalées par les rayons de fourrure (+ 35.9%), de vêtements pour hommes, et d'essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures, (tous deux + 18.0%) et pour les rayons des gros appareils ménagers (+ 16.8%). Les baisses des ventes les plus notables ont été enregistrées aux rayons de vêtements de fillettes et d'adolescentes (- 9.9%), d'articles de sport et valises (- 3.0%) et revêtements de plancher (- 2.8%).

Sauf pour le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest qui ont indiqué un recul des ventes des grands magasins (- 2.6%), toutes les provinces ont montré, en décembre 1983, des hausses (de leurs ventes) par rapport au même mois un an plus tôt variant de 15.3% pour l'Île-du-Prince-Édouard à 3.2% en Alberta. Les dix régions métropolitaines enquêtées ont enregistré des accroissements s'échelonnant de 13.2% à Ottawa-Hull à 1.2% pour Calgary.

Les ventes des grands magasins traditionnels ont totalisé \$1,078.6 millions en décembre, soit 6.8% de plus qu'en décembre 1982. Les grands magasins populaires ont quant à eux enregistré des ventes de \$652.5 millions, soit une hausse de 9.0% par rapport à l'an dernier.

Cumulative unadjusted sales for all department stores for the year 1983 reached \$10,929.5 million, 7.1% higher than the \$10,208.1 million reported in 1982.

In December 1983, there were 802 retail locations operated by department store organizations, one less than in November 1983 and in December 1982. Of this total number, 337 were operated by major department store organizations and 465 by junior department store organizations.

In December 1983, total department store sales constituted 14.8% of all retail sales in Canada, a slight decrease from the 15.1% share held in December 1982.

Total sales for the fourth quarter of 1983 were 7.1% higher than the last quarter of 1982 and reached \$3,791.9 million.

Stocks

The unadjusted selling value of inventories, held by department stores in December 1983 at \$3,222.5 million, showed an increase of 9.6% over the same month a year earlier. Seasonally adjusted, the value of stocks held increased 2.2% from the revised preceding month's value of \$3,387.4 million to a level of \$3,460.2 million.

Le total des ventes cumulatives pour l'ensemble des rayons en 1983, a atteint \$10,929.5 millions et a été ainsi de 7.1% supérieur aux \$10,208.1 millions rapportés en 1982.

En décembre 1983, on a dénombré 802 points de vente opérés par les sociétés de grands magasins, soit un de moins qu'en novembre 1983 et en décembre 1982. De ce total, 337 ont été opérés par les sociétés de grands magasins traditionnels et 465 par les sociétés de grands magasins populaires.

Durant le mois de décembre 1983, les ventes par les grands magasins ont représenté à elles seules, 14.8% de l'ensemble du commerce de détail au Canada soit un léger recul comparativement au 15.1% détenu en décembre 1982.

Les ventes totales pour le quatrième trimestre de 1983 ont augmenté de 7.1% par rapport au dernier trimestre de 1982 pour atteindre \$3,791.9 millions.

Stocks

La valeur marchande non désaisonnalisée des stocks détenus en décembre 1983, a enregistré un accroissement de 9.6% par rapport au mois correspondant l'année dernière pour se chiffrer à \$3,222.5 millions. La valeur désaisonnalisée des inventaires s'est élevée de 2.2% par rapport à l'estimation révisée du mois précédent (\$3,387.4 millions) et a totalisé \$3,460.2 millions.

SUMMARY OF 1983 RESULTS

Department store sales, the fourth most important component of retail trade in Canada according to the kind of business classification, registered a net improvement compared to last year (sales were down 0.1% in 1982) with a 7.1% gain in 1983. Total sales for the twelve months reached \$10,929.5 million. Among the 40 departments surveyed, 34 departments reported increased sales over 1982, with major advances recorded in repairs and services (+ 25.1%), toys and games (+ 22.8%) and in major appliances (+ 19.5%), while sporting goods and luggage (- 8.0%), piece goods (- 5.0%) and women's and misses' dresses, house dresses, pants and uniforms (- 4.5%) had the most notable declines.

Sales by major department store organizations, totalling \$7,007.7 million for the year 1983, were 6.3% higher than in 1982, while junior department store organizations had a sales increase of 8.4% and reached \$3,921.8 million. As a proportion of total department stores sales, major department store organizations represented 64.1% of sales, while junior department store organizations had 35.9%. Last year the percentages were 64.6% and 35.4% of total sales respectively.

At the provincial level, when compared to last year, total department store sales rose in all provinces with the exception of Yukon and Northwest Territories (- 6.0%). Increases ranged from 17.1% in Nova Scotia to 1.6% in Alberta. Among the 10 metropolitan areas surveyed, Calgary was the only city recording lower sales over last year (- 2.3%) while Halifax-Dartmouth (+ 20.7%) posted the largest increase.

The department stores' sales share of total retail trade in Canada was 10.4% in 1983, down, from the 10.5% recorded in 1982.

Total department store sales, in constant 1971 dollars, were 3.6% higher in 1983 than in 1982 and totalled \$5,121.4 million.

SOMMAIRE DES RÉSULTATS DE 1983

Les ventes des grands magasins, la quatrième plus importante composante du commerce de détail au Canada d'après la classification par genre de commerce, ont enregistré une nette amélioration par rapport à l'an dernier (les ventes ont reculé de 0.1% en 1982) pour ainsi inscrire un gain de 7.1% en 1983. Le total des ventes pour les douze mois de 1983 a atteint \$10,929.5 millions. Des 40 rayons enquêtés, 34 ont rapporté des hausses de ventes par rapport à 1982 parmi lesquels les rayons de services et travaux de réparation (+ 25.1%), de jouets et jeux (+ 22.8%) et de gros appareils ménagers (+ 19.5%) ont indiqué les plus fortes augmentations tandis que les rayons d'articles de sport et valises (- 8.0%), de tissus à la pièce (- 5.0%) et de robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles (- 4.5%) ont signalé les baisses les plus notables.

Les ventes des sociétés de grands magasins traditionnels pour 1983 ont été de 6.3% supérieures à celles de 1982 et se sont chiffrées à \$7,007.7 millions tandis que celles enregistrées par les sociétés de grands magasins populaires se sont accrues de 8.4% pour atteindre \$3,921.8 millions. Par rapport à l'ensemble des ventes des grands magasins, des sociétés de grands magasins traditionnels ont représenté à elles seules 64.1% du total tandis que les sociétés de grands magasins ont accaparé 35.9%. L'année passée, les pourcentages respectifs étaient de 64.6% et 35.4%.

Au niveau provincial, comparativement à l'an dernier, toutes les provinces ont enregistré des accroissements des ventes par les grands magasins à l'exception du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest (- 6.0%). Les hausses se sont échelonnées de 17.1% en Nouvelle-Écosse à 1.6% en Alberta. Des 10 régions métropolitaines enquêtées, Calgary a été la seule cité à connaître une diminution des ventes (- 2.3%) par rapport à l'année précédente tandis qu'Halifax-Dartmouth (+ 20.7%) a rapporté la plus forte augmentation.

En 1983, la part des ventes des grands magasins dans le commerce de détail s'est chiffrée à 10.4%, soit un léger recul par rapport au 10.5% enregistré en 1982.

Le total des ventes des grands magasins, en dollars constants de 1971 a été de 3.6% supérieur en 1983 au total de 1982 et s'est élevé à \$5,121.4 millions.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983

Department	1983							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars							
	milliers de dollars							
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	8,000	9,881	13,471	16,112	19,700	19,845	13,603	14,749
2 Women's and misses' coats and suits	10,723	10,458	15,580	14,203	8,559	6,324	6,200	16,260
3 Women's and misses' sportswear	28,150	33,825	46,361	45,564	53,968	56,195	42,293	48,126
4 Furs	4,549	3,129	2,185	888	265	507	1,102	1,792
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	16,675	16,265	21,393	20,181	20,894	22,096	19,934	24,852
6 Girls' and teenage girls' wear	8,145	10,262	17,871	13,778	14,364	14,684	11,191	22,437
7 Lingerie and women's sleepwear	10,209	11,139	13,859	14,299	16,315	18,332	15,129	14,678
8 Intimate apparel	7,304	6,903	9,839	10,031	10,127	11,519	9,573	10,245
9 Millinery	1,248	1,014	996	1,265	1,068	1,147	1,056	1,099
10 Women's and girls' hosiery	8,084	7,388	10,198	10,279	10,275	9,348	7,186	7,565
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	8,462	8,016	11,913	12,530	13,478	13,170	9,886	10,833
12 Women's, misses' and children's footwear	13,164	13,026	21,320	22,975	24,045	25,623	17,559	23,014
13 Men's clothing	20,728	20,022	33,035	30,355	28,958	36,956	24,291	28,666
14 Men's furnishings	22,542	22,525	32,921	31,197	35,442	53,679	33,979	33,129
15 Boys' clothing and furnishings	6,444	6,563	10,928	11,588	11,500	12,330	9,717	18,925
16 Men's and boys' footwear	8,868	9,036	14,514	14,667	15,377	17,997	13,017	14,406
17 Food and kindred products	47,381	58,103	56,030	56,437	57,065	51,993	49,537	56,098
18 Toiletries, cosmetics and drugs	37,336	37,530	44,134	43,159	44,391	45,218	43,100	46,212
19 Photographic equipment and supplies	9,261	8,365	10,481	10,264	11,237	14,196	13,340	13,553
20 Piece goods	3,456	3,554	4,753	4,123	4,364	4,380	3,662	4,553
21 Linens and domestics	28,304	16,064	22,030	22,807	23,457	30,297	28,701	28,311
22 Smallwares and notions	9,028	7,082	7,891	7,292	6,446	6,917	7,066	7,478
23 China and glassware	7,526	8,433	11,208	8,917	12,170	10,081	10,467	9,831
24 Floor coverings	9,403	9,453	13,007	11,602	11,751	12,583	13,920	13,673
25 Draperies, curtains and furniture coverings	10,267	10,307	13,881	14,587	15,618	16,771	16,049	14,904
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6,757	5,517	8,098	7,082	6,813	7,067	7,599	7,673
27 Furniture	38,133	30,277	42,496	36,181	45,869	47,511	58,663	48,979
28 Major appliances	33,665	27,750	36,223	32,836	39,210	53,928	58,752	44,733
29 Television, radio and music	35,142	28,086	37,902	29,958	31,154	32,163	35,899	37,362
30 Housewares and small electrical appliances	25,485	29,189	27,641	30,264	31,637	35,622	32,479	32,248
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	17,735	16,407	21,138	24,991	34,066	32,643	25,960	22,155
32 Plumbing, heating and building materials	7,215	7,741	8,596	10,769	12,333	15,973	13,417	11,092
33 Jewellery	9,595	11,087	15,406	15,614	17,180	18,072	14,677	16,015
34 Toys and games	8,046	9,298	13,446	14,515	14,056	15,753	16,345	16,442
35 Sporting goods and luggage	18,064	14,512	20,091	24,452	29,577	35,179	29,539	22,668
36 Stationery, books and magazines	19,259	19,368	24,920	22,491	22,491	25,105	22,438	31,265
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	12,734	11,080	15,085	16,239	18,953	20,334	17,292	16,743
38 Meals and lunches	18,021	16,954	20,384	19,454	19,412	21,151	20,508	21,458
39 Repairs and services	7,763	8,193	10,091	9,431	9,417	10,331	9,075	9,560
40 All other departments	20,555	20,302	26,262	31,891	37,266	37,144	29,591	27,159
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	623,426	604,104	787,578	775,268	840,268	920,164	813,792	850,941

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1983		1982		Change - Variation		Rayon	N ^o
September	October	November	December	December	December/ November 1983	December 1983/1982	
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre	Décembre/ novembre 1983	Décembre 1983/1982	
thousands of dollars					per cent		
milliers de dollars					pourcentage		
14,750	14,240	15,835	23,185	23,253	+ 46.4	- 0.3	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles 1
18,437	24,923	24,959	24,709	22,116	- 1.0	+ 11.7	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles 2
64,055	52,109	55,376	79,440	69,090	+ 43.5	+ 15.0	Vêtements sport pour dames et jeunes filles 3
2,665	5,796	7,156	8,564	6,303	+ 19.7	+ 35.9	Fourrures 4
25,964	26,090	26,916	38,184	37,027	+ 41.9	+ 3.1	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants 5
16,027	15,408	18,069	23,933	26,576	+ 32.5	- 9.9	Vêtements de fillettes et d'adolescentes 6
17,762	18,495	26,174	48,913	45,884	+ 86.9	+ 6.6	Lingerie et vêtements de nuit pour dames 7
11,603	9,635	10,558	15,653	14,406	+ 48.3	+ 8.7	Sous-vêtements 8
1,591	2,264	3,606	4,630	4,528	+ 28.4	+ 2.3	Chapeaux 9
13,067	11,908	12,290	18,072	18,176	+ 47.0	- 0.6	Bas pour dames et fillettes 10
16,779	17,485	25,121	41,435	36,331	+ 64.9	+ 14.0	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes 11
31,020	28,615	32,626	32,003	30,873	- 1.9	+ 3.7	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants 12
39,583	36,865	52,789	78,209	66,262	+ 48.2	+ 18.0	Vêtements pour hommes 13
42,187	40,665	63,173	122,032	110,234	+ 93.2	+ 10.7	Articles d'habillement pour hommes 14
12,331	11,656	15,406	24,015	24,023	+ 55.9	--	Vêtements et articles d'habillement pour garçons 15
17,522	15,923	21,995	25,666	24,274	+ 16.7	+ 5.7	Chaussures pour hommes et garçons 16
50,890	55,281	70,065	86,450	81,194	+ 23.4	+ 6.5	Produits alimentaires et connexes 17
47,129	50,547	60,572	121,800	110,167	+ 101.1	+ 10.6	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments 18
12,525	11,658	15,795	32,235	32,585	+ 104.1	- 1.1	Appareils et fournitures photographiques 19
4,734	5,059	5,271	4,612	4,666	- 12.5	- 1.2	Tissus à la pièce 20
32,714	27,654	28,602	46,038	43,982	+ 61.0	+ 4.7	Literie et linge de maison 21
10,319	9,651	10,557	14,334	12,620	+ 35.8	+ 13.6	Menus articles 22
11,592	10,668	18,145	34,970	35,009	+ 92.7	- 0.1	Porcelaine et verrerie 23
12,713	14,765	15,798	11,318	11,645	- 28.4	- 2.8	Revêtements de plancher 24
15,753	15,895	17,172	17,887	18,340	+ 4.2	- 2.5	Tentures, rideaux et housses 25
8,766	8,887	12,581	21,484	21,127	+ 70.8	+ 1.7	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison 26
42,398	44,768	43,434	43,681	42,085	+ 0.6	+ 3.8	Meubles 27
44,435	49,047	45,989	50,778	43,480	+ 10.4	+ 16.8	Gros appareils ménagers 28
51,251	45,553	56,665	90,416	80,007	+ 59.6	+ 13.0	Télévision, radio et musique 29
33,608	36,321	43,570	80,971	79,674	+ 85.8	+ 1.6	Articles de ménage et petits appareils élec- triques 30
23,291	25,712	27,362	37,835	35,503	+ 38.3	+ 6.6	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc. 31
10,601	12,422	11,459	12,841	12,214	+ 12.1	+ 5.1	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction 32
19,952	17,133	26,151	65,308	65,752	+ 149.7	- 0.7	Bijouterie 33
16,929	26,177	58,854	92,972	80,677	+ 58.0	+ 15.2	Jouets et jeux 34
20,852	18,865	24,534	49,342	50,879	+ 101.1	- 3.0	Articles de sport et valises 35
31,175	24,377	41,136	75,016	68,147	+ 82.4	+ 10.1	Papeterie, livres et revues 36
16,046	19,676	21,805	26,795	22,701	+ 22.9	+ 18.0	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures 37
21,511	21,396	24,606	34,264	32,413	+ 39.3	+ 5.7	Repas et casse-croûtes 38
10,180	10,860	13,833	13,551	13,405	- 2.0	+ 1.1	Services et travaux de réparation 39
27,360	27,565	32,758	57,580	50,850	+ 75.8	+ 13.2	Tous autres rayons 40
922,067	922,014	1,138,763	1,731,121	1,608,478	+ 52.0	+ 7.6	TOTAL, TOUS RAYONS 41

TABLE 2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983(1)

Department	1983						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
	thousands of dollars						
No.	milliers de dollars						
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	14,131	15,198	15,564	14,465	15,341	17,661	14,385
2 Women's and misses' coats and suits	14,489	14,848	15,034	14,564	15,895	15,772	14,160
3 Women's and misses' sportswear	47,558	52,614	52,261	44,450	49,066	57,230	48,484
4 Furs	2,844	2,872	2,827	3,273	1,503	2,674	2,150
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	24,337	23,921	24,655	19,822	22,654	24,893	22,976
6 Girls' and teenage girls' wear	16,326	16,585	19,204	13,892	15,509	16,544	14,746
7 Lingerie and women's sleepwear	18,785	18,558	18,861	16,727	17,875	20,383	17,712
8 Intimate apparel	9,707	9,798	10,348	9,423	9,700	10,323	10,071
9 Millinery	1,690	1,781	1,711	1,708	1,733	1,878	1,840
10 Women's and girls' hosiery	10,141	10,280	10,967	9,802	10,764	10,985	10,873
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	14,824	14,328	15,459	14,300	15,167	15,887	15,254
12 Women's, misses' and children's footwear	22,540	23,396	23,283	20,850	22,541	26,635	23,436
13 Men's clothing	33,241	33,802	36,438	33,089	33,197	37,074	34,982
14 Men's furnishings	39,818	41,650	47,138	39,840	44,067	49,718	45,279
15 Boys' clothing and furnishings	12,164	12,228	13,496	11,427	12,983	14,401	13,255
16 Men's and boys' footwear	14,571	15,047	17,403	13,446	15,292	16,902	16,444
17 Food and kindred products	57,024	58,483	61,248	54,986	57,007	57,870	57,933
18 Toiletries, cosmetics and drugs	49,914	49,928	51,807	47,513	50,155	51,168	50,999
19 Photographic equipment and supplies	13,569	14,115	14,264	12,725	13,854	13,666	13,638
20 Piece goods	4,179	4,147	4,287	3,900	4,320	4,828	4,801
21 Linens and domestics	27,485	26,588	28,042	27,397	26,984	29,796	27,984
22 Smallwares and notions	8,512	8,369	8,603	8,081	8,572	8,883	8,822
23 China and glassware	11,784	13,897	14,421	11,345	13,992	12,328	13,296
24 Floor coverings	11,671	11,499	12,990	11,597	11,736	12,364	13,819
25 Draperies, curtains and furniture coverings	13,934	15,198	14,479	13,859	15,062	15,037	14,933
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	9,074	8,578	9,710	8,821	8,752	8,509	8,918
27 Furniture	38,614	39,805	44,010	38,757	42,345	43,453	50,663
28 Major appliances	36,204	38,211	39,775	36,136	40,131	50,389	48,379
29 Television, radio and music	39,857	40,522	43,772	38,215	42,284	40,997	43,298
30 Housewares and small electrical appliances	37,366	39,460	37,807	34,823	34,413	37,978	36,096
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	24,529	24,300	26,413	23,749	27,900	27,633	26,364
32 Plumbing, heating and building materials	10,650	11,064	10,034	9,831	10,105	12,750	11,612
33 Jewellery	21,132	21,124	21,294	20,167	20,542	20,622	20,121
34 Toys and games	23,283	24,034	27,430	21,371	24,208	25,471	25,572
35 Sporting goods and luggage	25,288	25,712	27,677	24,725	25,183	26,786	26,758
36 Stationery, books and magazines	26,292	27,449	33,459	28,557	29,170	29,932	30,037
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	17,265	16,269	17,028	16,714	18,423	19,434	18,035
38 Meals and lunches	21,168	20,986	20,920	20,539	20,944	21,668	21,912
39 Repairs and services	9,267	10,150	10,372	9,692	9,714	10,576	10,605
40 All other departments	29,940	29,600	31,013	29,065	28,760	32,557	31,867
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	865,148	884,731	928,419	821,620	884,672	963,938	928,977

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1982 et 1983(1)

1983			1982			Change - Variation	Rayon	NO
August	September	October	November ^F	December ^P	December	December/ November 1983		
Août	Septembre	Octobre	Novembre ^F	Décembre ^P	Décembre	Décembre/ novembre 1983		
thousands of dollars						per cent		
milliers de dollars						pourcentage		
15,623	14,407	15,105	14,475	15,717	16,309	+ 8.6	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
14,310	14,852	15,572	14,740	15,845	14,111	+ 7.5	formes pour dames et jeunes filles	
49,758	50,292	51,491	49,390	51,541	46,435	+ 4.4	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
2,306	2,658	4,331	3,423	3,528	2,661	+ 3.1	filles	
23,146	23,657	24,114	22,837	23,350	23,259	+ 2.2	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
							Fourrures	4
							Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
							de chambres d'enfants	
15,644	13,988	15,724	15,371	14,530	16,721	- 5.5	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
19,395	18,572	19,804	18,873	18,564	17,801	- 1.6	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
10,241	10,649	10,811	10,057	10,809	10,161	+ 7.5	Sous-vêtements	8
1,777	1,706	1,742	1,704	1,800	1,725	+ 5.6	Chapeaux	9
9,364	10,649	10,719	10,334	10,478	10,704	+ 1.4	Bas pour dames et fillettes	10
14,176	15,215	16,439	16,230	16,681	14,783	+ 2.8	Gants, moufles et articles de parure pour	11
23,380	24,132	24,377	24,558	22,925	22,882	- 6.6	dames et fillettes	
33,962	35,023	34,639	35,451	39,990	34,576	+ 12.8	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
44,104	43,627	44,439	42,829	44,838	40,957	+ 4.7	enfants	
13,030	12,001	12,375	12,537	12,028	12,112	- 4.1	Vêtements pour hommes	13
							Articles d'habillement pour hommes	14
							Vêtements et articles d'habillement pour	15
							garçons	
15,568	15,235	15,274	16,471	15,704	15,159	- 4.7	Chaussures pour hommes et garçons	16
56,009	56,858	58,480	59,192	60,705	57,362	+ 2.6	Produits alimentaires et connexes	17
52,120	52,742	53,872	52,174	53,067	49,362	+ 1.7	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
							caments	
13,494	13,451	13,338	13,549	13,186	13,602	- 2.7	Appareils et fournitures photographiques	19
4,670	4,032	4,278	4,254	4,582	4,857	+ 7.7	Tissus à la pièce	20
28,437	29,326	28,216	26,657	27,632	26,751	+ 3.7	Literie et linge de maison	21
8,561	8,502	8,512	8,425	9,647	8,491	+ 14.5	Menus articles	22
12,800	12,215	12,776	12,893	12,354	12,561	- 4.2	Porcelaine et verrerie	23
14,084	12,517	12,955	12,858	10,949	11,196	- 14.8	Revêtements de plancher	24
15,242	15,505	15,541	15,066	14,380	15,668	- 4.6	Tentures, rideaux et housses	25
8,885	9,140	9,046	8,816	9,222	9,294	+ 4.6	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
48,919	41,453	45,718	42,074	41,692	40,930	- 0.9	d'ameublement pour la maison	
45,970	40,894	46,766	43,382	43,899	38,009	+ 1.2	Meubles	27
42,133	44,820	45,189	42,858	43,526	38,184	+ 1.6	Cros appareils ménagers	28
36,230	36,729	37,474	36,464	35,434	35,896	- 2.8	Télévision, radio et musique	29
							Articles de ménage et petits appareils élec-	30
							triques	
24,761	25,515	24,380	25,972	25,937	25,164	- 0.1	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
11,286	10,778	12,120	11,033	11,984	12,085	+ 8.6	etc.	
20,370	20,022	20,534	18,990	20,797	21,202	+ 9.5	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
26,491	27,562	26,389	26,160	24,049	21,254	- 8.1	truction	
25,935	24,952	24,559	24,074	24,869	26,233	+ 3.3	Bijouterie	33
							Jouets et jeux	34
							Articles de sport et valises	35
29,181	29,375	28,831	32,728	30,262	28,149	- 7.5	Papeterie, livres et revues	36
17,852	17,856	17,763	16,494	19,591	16,424	+ 18.8	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
							réparation et fournitures	
21,611	21,906	21,869	21,541	22,715	22,091	+ 5.5	Repas et casse-croûtes	38
10,850	10,626	10,440	10,482	9,925	10,128	- 5.3	Services et travaux de réparation	39
30,388	31,071	30,758	33,802	32,783	30,492	- 3.0	Tous autres rayons	40
912,760	907,029	928,632	912,882	923,412	876,476	+ 1.2	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas à "Total, tous rayons".

TABLE 3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983

Province	1983							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	5,973	6,167	9,133	8,381	10,086	10,965	9,703	10,917
2 Prince Edward Island	4,088	3,308	4,039	4,575	4,841	6,087	6,140	6,146
3 Nova Scotia	15,152	14,552	21,368	20,965	24,109	27,180	25,031	27,825
4 New Brunswick	11,285	11,429	15,670	16,565	18,527	20,380	17,746	19,513
5 Quebec	113,689	105,666	137,559	141,986	159,981	165,359	138,487	152,270
6 Ontario	220,389	209,538	273,189	276,641	298,118	337,849	302,457	307,527
7 Manitoba	30,338	30,908	43,142	41,974	42,817	46,237	41,664	42,761
8 Saskatchewan	18,851	18,137	25,262	24,875	24,929	26,867	25,850	28,145
9 Alberta	92,346	92,023	117,900	110,899	117,794	127,481	113,648	117,283
10 British Columbia	109,447	110,510	137,672	126,114	136,788	148,635	130,347	135,897
11 Yukon and Northwest Territories	1,868	1,866	2,645	2,293	2,279	3,125	2,720	2,659
12 CANADA	623,426	604,104	787,578	775,268	840,268	920,164	813,792	850,941

TABLE 4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Calgary	35,506	35,568	45,673	42,727	45,841	48,022	42,971	44,043
2 Edmonton	42,323	41,986	53,130	49,747	53,833	57,902	51,913	53,645
3 Halifax-Dartmouth	8,865	8,301	12,425	12,190	12,990	14,192	13,312	15,204
4 Hamilton	16,494	15,417	20,012	20,178	21,246	23,724	21,954	21,836
5 Montreal	69,878	64,081	81,508	85,084	93,559	97,104	78,786	90,637
6 Ottawa-Hull	27,571	24,135	34,541	32,815	37,530	40,591	35,729	37,362
7 Quebec City	15,486	13,658	19,417	20,538	23,196	23,301	19,919	20,699
8 Toronto	91,876	86,317	110,184	112,661	115,270	131,752	118,249	120,034
9 Vancouver	66,859	67,579	82,773	74,498	80,530	88,441	75,390	78,407
10 Winnipeg	27,586	28,058	39,236	38,113	38,730	41,639	37,562	38,547

TABLEAU 3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1982 et 1983

1983				1982	Change - Variation		Province	N°
September	October	November	December	December	December/ November 1983	December 1983/1982		
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre	Décembre/ novembre 1983	Décembre 1983/1982		
thousands of dollars - milliers de dollars								
10,984	11,827	14,873	21,685	19,875	+ 45.8	+ 9.1	Terre-Neuve	1
5,537	5,397	6,350	10,924	9,477	+ 72.0	+ 15.3	Île-du-Prince-Édouard	2
25,947	26,189	36,478	57,769	51,652	+ 58.4	+ 11.8	Nouvelle-Écosse	3
19,507	20,109	27,007	40,017	36,671	+ 48.2	+ 9.1	Nouveau-Brunswick	4
165,114	173,157	192,906	304,967	280,436	+ 58.1	+ 8.7	Québec	5
324,680	335,918	430,194	652,084	598,421	+ 51.6	+ 9.0	Ontario	6
48,773	47,505	60,620	85,566	80,873	+ 41.2	+ 5.8	Manitoba	7
30,972	30,682	39,161	53,793	47,067	+ 37.4	+ 14.3	Saskatchewan	8
131,181	124,404	157,650	225,789	218,739	+ 43.2	+ 3.2	Alberta	9
156,209	143,923	170,746	273,669	260,278	+ 60.3	+ 5.1	Colombie-Britannique	10
3,163	2,905	2,777	4,858	4,990	+ 74.9	- 2.6	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
222,067	222,014	1,138,763	1,731,121	1,608,478	+ 52.0	+ 7.6	CANADA	12

TABLEAU 4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1983				1982	Change - Variation		Certaines zones métropolitaines	N°
September	October	November	December	December	December/ November 1983	December 1983/1982		
septembre	octobre	novembre	décembre	décembre	décembre/ novembre 1983	décembre 1983/1982		
thousands of dollars - milliers de dollars								
50,187	46,942	60,076	85,124	84,142	+ 41.7	+ 1.2	Calgary	1
59,701	56,511	70,315	100,816	97,287	+ 43.4	+ 3.6	Edmonton	2
14,296	14,665	20,135	30,126	27,088	+ 49.6	+ 11.2	Halifax-Dartmouth	3
22,575	25,633	30,698	51,446	46,239	+ 67.6	+ 11.3	Hamilton	4
10,678	104,605	116,811	186,524	171,021	+ 59.7	+ 9.1	Montréal	5
40,665	43,969	50,786	74,772	66,060	+ 47.2	+ 13.2	Ottawa-Hull	6
12,699	24,002	26,309	38,661	36,127	+ 46.9	+ 7.0	Ville de Québec	7
10,998	132,358	169,780	262,038	242,771	+ 54.3	+ 7.9	Toronto	8
2,887	84,868	100,144	160,745	156,081	+ 60.5	+ 3.0	Vancouver	9
4,404	42,982	54,821	76,858	72,593	+ 40.2	+ 5.9	Winnipeg	10

TABLE 5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983

Province	1983							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	5,561	5,025	6,674	6,827	7,465	7,919	7,803	9,112
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	63,028	59,932	78,757	80,468	89,932	91,110	74,622	84,368
6 Ontario	139,304	130,111	168,840	171,235	177,566	203,562	185,934	184,008
7 Manitoba	20,927	21,103	30,050	27,495	26,790	29,192	26,389	26,845
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	74,681	72,922	92,836	84,401	87,977	97,331	85,779	87,553
10 British Columbia	91,080	91,592	112,768	100,349	108,532	119,978	102,698	107,391
11 Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	x	x	x
12 CANADA	416,073	400,107	517,527	496,451	524,432	578,356	510,527	528,963

TABLE 6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Calgary	29,040	28,473	36,678	33,109	35,260	37,388	32,756	34,050
2 Edmonton	35,144	34,295	42,699	38,811	40,806	45,023	40,229	40,394
3 Halifax-Dartmouth	5,252	4,637	7,050	6,827	6,995	7,338	7,231	8,569
4 Hamilton	12,516	11,640	15,106	15,457	16,073	18,812	17,037	16,660
5 Montreal	42,362	41,194	52,817	54,533	59,173	59,345	47,485	57,849
6 Ottawa-Hull	18,458	15,667	23,189	21,054	24,192	25,994	23,823	22,880
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x	x	x
8 Toronto	69,002	64,180	81,651	83,485	82,502	94,657	86,545	87,604
9 Vancouver	59,276	60,052	73,075	64,338	69,450	77,713	64,955	67,909
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983

1983				1982		Change - Variation		Province	N ^o
September	October	November	December	December	December/ November 1983	December 1983/1982			
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre	Décembre/ novembre 1983	Décembre 1983/1982			
thousands of dollars - milliers de dollars									
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1	
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2	
8,579	8,343	11,875	17,028	x	+ 43.4	x	Nouvelle-Écosse	3	
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4	
98,478	104,427	116,397	170,332	156,587	+ 46.3	+ 8.8	Québec	5	
204,499	212,535	269,568	388,614	355,233	+ 44.2	+ 9.4	Ontario	6	
33,877	31,748	40,397	55,448	52,740	+ 37.3	+ 5.1	Manitoba	7	
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8	
101,788	96,307	122,043	171,051	168,176	+ 40.2	+ 1.7	Alberta	9	
127,635	116,838	139,163	217,651	207,619	+ 56.4	+ 4.8	Colombie-Britannique	10	
x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11	
609,641	605,042	741,909	1,078,633	1,009,764	+ 45.4	+ 6.8	CANADA	12	

TABLEAU 6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

[illegible]

TABLE 7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983

Province	1983							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	9,591	9,527	14,694	14,138	16,644	19,260	17,228	18,713
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	50,662	45,734	58,802	61,518	70,049	74,248	63,866	67,903
6 Ontario	81,085	79,427	104,349	105,406	120,552	134,287	116,523	123,519
7 Manitoba	9,411	9,805	13,092	14,479	16,027	17,045	15,275	15,917
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	17,665	19,101	25,064	26,498	29,817	30,151	27,868	29,730
10 British Columbia	18,367	18,918	24,904	25,765	28,256	28,657	27,649	28,506
11 Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	x	x	x
12 CANADA	207,353	203,997	270,051	278,817	315,835	341,809	303,265	321,978

TABLE 8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Calgary	6,466	7,095	8,995	9,617	10,581	10,633	10,216	9,993
2 Edmonton	7,179	7,691	10,431	10,936	13,027	12,879	11,683	13,250
3 Halifax-Dartmouth	3,613	3,664	5,375	5,364	5,995	6,854	6,080	6,635
4 Hamilton	3,978	3,778	4,906	4,721	5,173	4,912	4,917	5,176
5 Montreal	27,516	22,887	28,691	30,551	34,386	37,759	31,301	32,788
6 Ottawa-Hull	9,114	8,467	11,352	11,762	13,338	14,596	11,905	14,482
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x	x	x
8 Toronto	22,873	22,137	28,533	29,176	32,768	37,095	31,705	32,430
9 Vancouver	7,583	7,527	9,698	10,160	11,080	10,728	10,435	10,497
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983

1983				1982	Change - Variation			
September	October	November	December	December	December/ November 1983	December 1983/1982	Province	
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre	Décembre/ novembre 1983	Décembre 1983/1982		
Thousands of dollars - milliers de dollars								N ^o
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
17,368	17,847	24,603	40,740	x	+ 65.6	x	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
66,636	68,731	76,510	134,636	123,849	+ 76.0	+ 8.7	Québec	5
120,181	123,383	160,626	263,470	243,188	+ 64.0	+ 8.3	Ontario	6
14,896	15,757	20,223	30,118	28,133	+ 48.9	+ 7.1	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
29,393	28,097	35,608	54,739	50,563	+ 53.7	+ 8.3	Alberta	9
28,574	27,084	31,583	56,018	52,659	+ 77.4	+ 6.4	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
312,425	316,972	396,854	652,488	598,714	+ 64.4	+ 9.0	CANADA	12

TABLEAU 8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

[illegible]

TABLE 9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983

		1983						
Province		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		number - nombre						
1	Newfoundland	14	14	14	14	14	14	14
2	Prince Edward Island	7	7	7	7	7	7	7
3	Nova Scotia	32	32	31	31	32	32	32
4	New Brunswick	25	24	25	25	25	25	25
5	Quebec	164	161	161	161	161	161	161
6	Ontario	301	299	300	300	300	300	300
7	Manitoba	38	38	38	38	38	38	38
8	Saskatchewan	29	29	30	30	30	30	30
9	Alberta	84	84	83	83	84	84	84
10	British Columbia	102	101	101	101	101	101	101
11	Yukon and Northwest Territories	7	6	6	6	6	6	6
12	CANADA	803	795	796	796	798	798	798

TABLE 10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

		1983						
Selected metropolitan areas		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		number - nombre						
1	Calgary	27	27	27	27	27	27	27
2	Edmonton	32	32	31	31	32	32	32
3	Halifax-Dartmouth	13	13	13	13	13	13	13
4	Hamilton	24	23	23	23	23	23	23
5	Montreal	80	79	79	79	79	79	79
6	Ottawa-Hull	32	31	32	32	32	32	32
7	Quebec City	19	19	19	19	19	19	19
8	Toronto	88	88	88	88	88	88	88
9	Vancouver	42	41	41	41	41	41	41
10	Winnipeg	30	30	30	30	30	30	30

TABLEAU 9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1982 et 1983

1983					1982	Province	No
August	September	October	November	December	December		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre		
number - nombre							
14	14	14	14	14	14	Terre-Neuve	1
7	7	7	7	7	7	Île-du-Prince-Édouard	2
32	32	32	32	32	32	Nouvelle-Écosse	3
26	26	26	26	26	25	Nouveau-Brunswick	4
163	163	163	163	163	164	Québec	5
301	301	301	301	300	301	Ontario	6
38	38	38	38	38	38	Manitoba	7
31	31	31	31	31	29	Saskatchewan	8
85	84	84	84	84	84	Alberta	9
101	101	101	101	101	102	Colombie-Britannique	10
6	6	6	6	6	7	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
804	803	803	803	802	803	CANADA	12

TABLEAU 10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1983					1982	Certaines zones métropolitaines	No
August	September	October	November	December	December		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre		
number - nombre							
27	26	26	26	26	27	Calgary	1
33	33	33	33	33	32	Edmonton	2
13	13	13	13	13	13	Halifax-Dartmouth	3
23	23	24	24	24	24	Hamilton	4
81	81	80	80	80	80	Montréal	5
33	33	33	33	33	32	Ottawa-Hull	6
19	19	20	20	20	19	Ville de Québec	7
88	88	88	88	88	88	Toronto	8
41	41	41	41	41	42	Vancouver	9
30	30	30	30	30	30	Winnipeg	10

TABLE 11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983

		1983						
Province		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		number - nombre						
1	Newfoundland	8	8	8	8	8	8	8
2	Prince Edward Island	3	3	3	3	3	3	3
3	Nova Scotia	6	6	5	5	6	6	6
4	New Brunswick	5	4	4	4	4	4	4
5	Quebec	58	55	54	54	54	54	54
6	Ontario	113	111	112	112	112	112	112
7	Manitoba	18	18	18	18	18	18	18
8	Saskatchewan	15	15	15	15	15	15	15
9	Alberta	51	51	50	50	50	50	50
10	British Columbia	60	60	60	60	60	60	60
11	Yukon and Northwest Territories	6	5	5	5	5	5	5
12	CANADA	343	336	334	334	335	335	335

TABLE 12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

		1983						
Selected metropolitan areas		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		number - nombre						
1	Calgary	15	15	15	15	15	15	15
2	Edmonton	19	19	18	18	18	18	18
3	Halifax-Dartmouth	5	5	5	5	5	5	5
4	Hamilton	15	14	14	14	14	14	14
5	Montreal	31	30	29	29	29	29	29
6	Ottawa-Hull	13	12	13	13	13	13	13
7	Quebec City	7	7	7	7	7	7	7
8	Toronto	40	40	40	40	40	40	40
9	Vancouver	26	26	26	26	26	26	26
10	Winnipeg	13	13	13	13	13	13	13

TABLEAU 11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983

1983					1982	Province	N ^o
August	September	October	November	December	December		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre		
number - nombre							
8	8	8	8	8	8	Terre-Neuve	1
3	3	3	3	3	3	Île-du-Prince-Édouard	2
6	6	6	6	6	6	Nouvelle-Écosse	3
4	4	4	4	4	5	Nouveau-Brunswick	4
56	56	56	56	56	58	Québec	5
112	112	112	112	112	113	Ontario	6
18	18	18	18	18	18	Manitoba	7
16	16	16	16	16	15	Saskatchewan	8
50	49	49	49	49	51	Alberta	9
60	60	60	60	60	60	Colombie-Britannique	10
5	5	5	5	5	6	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
338	337	337	337	337	343	CANADA	12

TABLEAU 12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1983					1982	Certaines zones métropolitaines	N ^o
August	September	October	November	December	December		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre		
number - nombre							
15	14	14	14	14	15	Calgary	1
18	18	18	18	18	19	Edmonton	2
5	5	5	5	5	5	Halifax-Dartmouth	3
14	14	14	14	14	15	Hamilton	4
31	31	30	30	30	31	Montréal	5
13	13	13	13	13	13	Ottawa-Hull	6
7	7	8	8	8	7	Ville de Québec	7
40	40	40	40	40	40	Toronto	8
26	26	26	26	26	26	Vancouver	9
13	13	13	13	13	13	Winnipeg	10

TABLE 13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983

No.	Province	1983					
		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		number - nombre					
1	Newfoundland	6	6	6	6	6	6
2	Prince Edward Island	4	4	4	4	4	4
3	Nova Scotia	26	26	26	26	26	26
4	New Brunswick	20	20	21	21	21	21
5	Quebec	106	106	107	107	107	107
6	Ontario	188	188	188	188	188	188
7	Manitoba	20	20	20	20	20	20
8	Saskatchewan	14	14	15	15	15	15
9	Alberta	33	33	33	33	34	34
10	British Columbia	42	41	41	41	41	41
11	Yukon and Northwest Territories	1	1	1	1	1	1
12	CANADA	460	459	462	462	463	463

TABLE 14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

No.	Selected metropolitan areas	1983					
		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		number - nombre					
1	Calgary	12	12	12	12	12	12
2	Edmonton	13	13	13	13	14	14
3	Halifax-Dartmouth	8	8	8	8	8	8
4	Hamilton	9	9	9	9	9	9
5	Montreal	49	49	50	50	50	50
6	Ottawa-Hull	19	19	19	19	19	19
7	Quebec City	12	12	12	12	12	12
8	Toronto	48	48	48	48	48	48
9	Vancouver	16	15	15	15	15	15
10	Winnipeg	17	17	17	17	17	17

TABLEAU 13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983

1983					1982	Province	Nº
August	September	October	November	December	December		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre		
number - nombre							
6	6	6	6	6	6	Terre-Neuve	1
4	4	4	4	4	4	Île-du-Prince-Édouard	2
26	26	26	26	26	26	Nouvelle-Écosse	3
22	22	22	22	22	20	Nouveau-Brunswick	4
107	107	107	107	107	106	Québec	5
189	189	189	189	188	188	Ontario	6
20	20	20	20	20	20	Manitoba	7
15	15	15	15	15	14	Saskatchewan	8
35	35	35	35	35	33	Alberta	9
41	41	41	41	41	42	Colombie-Britannique	10
1	1	1	1	1	1	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
466	466	466	466	465	460	CANADA	12

TABLEAU 14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1983					1982	Certaines zones métropolitaines	Nº
August	September	October	November	December	December		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre		
number - nombre							
12	12	12	12	12	12	Calgary	1
15	15	15	15	15	13	Edmonton	2
8	8	8	8	8	8	Halifax-Dartmouth	3
9	9	10	10	10	9	Hamilton	4
50	50	50	50	50	49	Montréal	5
20	20	20	20	20	19	Ottawa-Hull	6
12	12	12	12	12	12	Ville de Québec	7
48	48	48	48	48	48	Toronto	8
15	15	15	15	15	16	Vancouver	9
17	17	17	17	17	17	Winnipeg	10

TABLE 15. Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983
January-December

TABLEAU 15. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983
Janvier-décembre

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1983/1982
		1982 ¹	1983	Variation 1983/1982
		thousands of dollars		per cent
		milliers de dollars		pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	191,978	183,371	- 4.5
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	173,795	181,335	+ 4.3
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sport pour dames et jeunes filles	542,954	605,462	+ 11.5
4	Furs - Fourrures	34,919	38,598	+ 10.5
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	275,455	279,444	+ 1.4
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes	194,518	186,169	- 4.3
7	Lingerie and women's sleeperwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	210,968	225,304	+ 6.8
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	114,632	122,990	+ 7.3
9	Millinery - Chapeaux	19,981	20,984	+ 5.0
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	121,475	125,660	+ 3.4
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	172,772	189,108	+ 9.5
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	272,264	284,990	+ 4.7
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes	419,445	430,457	+ 2.6
14	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	482,018	533,471	+ 10.7
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillem- ent pour garçons	142,923	151,403	+ 5.9
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	177,966	188,988	+ 6.2
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	682,581	695,330	+ 1.9
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	562,503	621,128	+ 10.4
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photo- graphiques	162,686	162,910	+ 0.1
20	Piece goods - Tissus à la pièce	55,259	52,521	- 5.0
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison	300,711	334,979	+ 11.4
22	Smallwares and notions - Menus articles	102,044	104,061	+ 2.0
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie	148,539	154,008	+ 3.7
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	138,441	149,986	+ 8.3
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	168,717	179,091	+ 6.1
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	105,821	108,324	+ 2.4
27	Furniture - Meubles	460,347	522,390	+ 13.5
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	432,812	517,346	+ 19.5
29	Television, radio and music - Télévision, radio et musique	433,194	511,551	+ 18.1
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	417,739	439,035	+ 5.1
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	316,542	309,295	- 2.3
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	117,336	134,459	+ 14.6
33	Jewellery - Bijouterie	254,298	246,190	- 3.2
34	Toys and games - Jouets et jeux	246,572	302,833	+ 22.8
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	334,573	307,675	- 8.0
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	312,788	359,041	+ 14.8
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	212,074	212,782	+ 0.3
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	250,762	259,119	+ 3.3
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation	97,752	122,285	+ 25.1
40	All other departments - Tous autres rayons	345,918	375,433	+ 8.5
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	10,208,072	10,929,506	+ 7.1

TABLE 16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983
January-December

TABLEAU 16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1982 et 1983
Janvier-décembre

Province	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^F	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	122,188	130,694	+ 7.0
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	60,389	67,432	+ 11.7
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	275,577	322,565	+ 17.1
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	218,317	237,755	+ 8.9
Québec	1,796,484	1,951,141	+ 8.6
Ontario	3,632,751	3,968,584	+ 9.2
Manitoba	534,761	562,305	+ 5.2
Saskatchewan	298,392	347,524	+ 16.5
Alberta	1,504,376	1,528,398	+ 1.6
British Columbia - Colombie-Britannique	1,729,555	1,779,957	+ 2.9
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	35,286	33,158	- 6.0
CANADA	10,208,072	10,929,506	+ 7.1

TABLE 17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983
January-December

TABLEAU 17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines,
1982 et 1983
Janvier-décembre

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^F	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	596,380	582,680	- 2.3
Edmonton	676,604	691,822	+ 2.2
Halifax-Dartmouth	146,455	176,701	+ 20.7
Hamilton	271,570	291,213	+ 7.2
Montréal	1,084,618	1,169,255	+ 7.8
Ottawa-Hull	423,640	480,466	+ 13.4
Quebec City - Ville de Québec	242,832	267,885	+ 10.3
Toronto	1,474,136	1,581,517	+ 7.3
Vancouver	1,040,235	1,053,121	+ 1.2
Winnipeg	484,020	508,536	+ 5.1

TABLE 18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983
January-December

TABLEAU 18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983
Janvier-décembre

Province	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	x	102,211	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	1,017,208	1,111,851	+ 9.3
Ontario	2,217,327	2,435,776	+ 9.9
Manitoba	354,544	370,261	+ 4.4
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	1,175,847	1,174,669	- 0.1
British Columbia - Colombie-Britannique	1,405,686	1,435,675	+ 2.1
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	x	x
CANADA	6,589,949	7,007,661	+ 6.3

TABLE 19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983
January-December

TABLEAU 19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983
Janvier-décembre

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	471,064	459,826	- 2.4
Edmonton	544,349	541,368	- 0.5
Halifax-Dartmouth	x	96,219	x
Hamilton	204,192	220,385	+ 7.9
Montréal	694,858	750,857	+ 8.1
Ottawa-Hull	274,085	311,021	+ 13.5
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	1,087,709	1,160,887	+ 6.7
Vancouver	910,683	919,310	+ 0.9
Winnipeg	x	x	x

TABLE 20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983
January-December

TABLEAU 20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983
Janvier-décembre

Province	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	x	220,353	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	779,277	839,295	+ 7.7
Ontario	1,415,423	1,532,808	+ 8.3
Manitoba	180,218	192,045	+ 6.6
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	328,531	353,731	+ 7.7
British Columbia - Colombie-Britannique	323,867	344,281	+ 6.3
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	x	x
CANADA	3,618,124	3,921,844	+ 8.4

TABLE 21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983
January-December

TABLEAU 21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines,
1982 et 1983
Janvier-décembre

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	125,316	122,853	- 2.0
Edmonton	132,257	150,451	+ 13.8
Halifax-Dartmouth	x	80,481	x
Hamilton	67,379	70,829	+ 5.1
Montréal	389,758	418,397	+ 7.3
Ottawa-Hull	149,554	169,444	+ 13.3
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	386,429	420,630	+ 8.9
Vancouver	129,549	133,810	+ 3.3
Winnipeg	x	x	x

TABLE 22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1981-1983

TABLÉAU 22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1981-1983

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major Traditionnels		Junior Populaires	
	Sales Ventes	Distrib- ution	Sales Ventes	Distrib- ution	Sales Ventes	Distrib- ution
	'000	%	'000	%	'000	%
1981:						
January - Janvier	643,821	100.0	442,269	68.7	201,552	31.3
February - Février	568,767	100.0	381,684	67.1	187,082	32.9
March - Mars	688,718	100.0	471,588	68.5	217,130	31.5
April - Avril	793,595	100.0	521,698	65.7	271,897	34.3
May - Mai	822,881	100.0	532,820	64.8	290,061	35.2
June - Juin	835,934	100.0	548,803	65.7	287,131	34.3
July - Juillet	757,743	100.0	485,895	64.1	271,848	35.9
August - Août	786,492	100.0	499,216	63.5	287,276	36.5
September - Septembre	848,390	100.0	575,366	67.8	273,024	32.2
October - Octobre	892,549	100.0	591,596	66.3	300,954	33.7
November - Novembre	1,036,498	100.0	686,067	66.2	350,430	33.8
December - Décembre	1,542,685	100.0	972,086	63.0	570,598	37.0
Year - Année	10,218,073	100.0	6,709,088	65.7	3,508,983	34.3
1982:						
January - Janvier	600,051	100.0	404,403	67.4	195,648	32.6
February - Février	578,049	100.0	386,536	66.9	191,513	33.1
March - Mars	694,137	100.0	466,897	67.3	227,240	32.7
April - Avril	788,971	100.0	503,423	63.8	285,547	36.2
May - Mai	813,933	100.0	507,484	62.3	306,449	37.7
June - Juin	790,853	100.0	498,681	63.1	292,172	36.9
July - Juillet	763,949	100.0	477,590	62.5	286,359	37.5
August - Août	775,727	100.0	480,433	61.9	295,295	38.1
September - Septembre	861,179	100.0	583,300	67.7	277,880	32.3
October - Octobre	859,187	100.0	562,793	65.5	296,393	34.5
November - Novembre	1,073,558	100.0	708,645	66.0	364,914	34.0
December - Décembre	1,608,478	100.0	1,009,764	62.8	598,714	37.2
Year - Année	10,208,072	100.0	6,589,949	64.6	3,618,124	35.4
1983:						
January - Janvier	623,426	100.0	416,073	66.7	207,353	33.3
February - Février	604,104	100.0	400,107	66.2	203,997	33.8
March - Mars	787,578	100.0	517,527	65.7	270,051	34.3
April - Avril	775,268	100.0	496,451	64.0	278,817	36.0
May - Mai	840,268	100.0	524,432	62.4	315,835	37.6
June - Juin	920,164	100.0	578,356	62.9	341,809	37.1
July - Juillet	813,792	100.0	510,527	62.7	303,265	37.3
August - Août	850,941	100.0	528,963	62.2	321,978	37.8
September - Septembre	922,067	100.0	609,641	66.1	312,425	33.9
October - Octobre	922,014	100.0	605,042	65.6	316,972	34.4
November - Novembre	1,138,763	100.0	741,909	65.2	396,854	34.8
December - Décembre	1,731,121	100.0	1,078,633	62.3	652,488	37.7
Year - Année	10,929,506	100.0	7,007,661	64.1	3,921,844	35.9

TABLE 23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981-1983
December

TABLEAU 23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1981-1983
Décembre

Province and Selected Metropolitan Areas	Distribution			Change 1983/1982
	1981 ^r	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
Province et certaines zones métropolitaines	per cent - pourcentage			
Newfoundland - Terre-Neuve	11.3	10.4	10.0	- 3.8
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	21.8	20.8	21.0	+ 1.0
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	14.3	14.7	14.2	- 3.4
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	14.2	13.6	13.6	-
Québec	11.6	11.2	11.1	- 0.9
Ontario	15.4	15.0	14.7	- 2.0
Manitoba	19.8	19.6	18.7	- 4.6
Saskatchewan	10.5	11.1	12.2	+ 9.9
Alberta	19.5	18.9	18.6	- 1.6
British Columbia - Colombie-Britannique	20.1	20.6	20.1	- 2.4
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	16.8	17.1	15.4	- 9.9
CANADA	15.5	15.1	14.8	- 2.0
Montréal	14.4	13.5	13.7	+ 1.5
Toronto	16.4	16.4	15.6	- 4.9
Winnipeg	27.0	25.6	24.8	- 3.1
Vancouver	22.9	23.6	22.7	- 3.8

TABLE 24. Department Store Monthly Stocks(1), by Department, Canada, 1982 and 1983

Department		1983							
		January	February	March	April	May	June	July	August
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
		thousands of dollars							
No.		milliers de dollars							
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	36,432	39,827	50,212	59,149	53,684	36,711	42,081	43,457
2	Women's and misses' coats and suits	36,868	41,207	41,457	35,693	24,664	23,800	49,565	57,032
3	Women's and misses' sportswear	107,426	114,463	149,791	170,227	155,028	121,651	131,195	150,347
4	Furs	17,836	15,771	16,471	11,029	16,953	16,502	16,626	19,377
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	58,915	64,568	74,045	83,519	79,876	75,769	92,074	87,362
6	Girls' and teenage girls' wear	31,258	37,273	48,282	47,809	44,476	35,746	51,879	43,511
7	Lingerie and women's sleepwear	39,897	39,099	47,104	51,975	49,709	40,490	42,019	47,418
8	Intimate apparel	33,424	29,920	32,831	37,468	34,662	31,439	33,097	33,009
9	Millinery	2,102	1,866	1,419	2,377	1,272	1,207	2,177	2,271
10	Women's and girls' hosiery	26,254	26,790	31,773	35,437	35,235	33,481	34,379	37,846
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	39,618	39,966	46,630	49,543	44,084	36,338	39,828	43,635
12	Women's, misses' and children's footwear	75,549	81,500	102,693	104,725	104,081	81,416	94,407	100,450
13	Men's clothing	111,702	137,579	160,091	148,765	151,819	134,412	146,171	180,451
14	Men's furnishings	119,180	123,058	135,003	153,735	149,872	125,302	129,761	148,638
15	Boys' clothing and furnishings	37,083	39,551	42,311	44,467	41,278	37,897	56,656	40,952
16	Men's and boys' footwear	62,415	58,203	74,673	73,963	83,261	69,612	75,056	75,370
17	Food and kindred products	38,119	40,249	41,106	44,482	34,242	43,524	40,777	38,548
18	Toiletries, cosmetics and drugs	193,004	149,162	169,033	191,342	172,373	181,084	194,026	194,776
19	Photographic equipment and supplies	55,045	49,854	54,360	57,791	61,072	58,920	62,265	57,702
20	Piece goods	23,618	23,824	30,107	25,966	34,748	25,447	29,677	32,472
21	Linens and domestics	108,506	112,560	113,998	125,286	135,602	119,765	122,715	120,221
22	Smallwares and notions	35,739	35,053	35,812	41,415	41,569	44,135	45,371	43,584
23	China and glassware	84,102	88,609	91,736	84,773	100,191	94,877	95,614	102,860
24	Floor coverings	48,316	46,440	50,642	47,834	53,084	52,260	49,702	47,731
25	Draperies, curtains and furniture coverings	61,298	57,776	68,398	63,753	66,310	64,039	62,464	64,198
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	43,617	44,175	53,031	49,665	59,162	54,666	55,696	60,450
27	Furniture	181,679	165,287	189,195	198,840	205,478	177,372	167,625	160,010
28	Major appliances	55,572	57,648	63,180	69,351	59,243	47,090	47,595	49,861
29	Television, radio and music	134,764	131,777	151,558	159,265	161,893	158,662	155,018	161,955
30	Housewares and small electrical appliances	170,418	162,985	159,781	188,257	177,327	185,823	181,255	189,186
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	112,354	108,723	142,575	125,815	141,078	141,086	134,833	127,013
32	Plumbing, heating and building materials	39,957	34,939	39,448	41,778	39,941	36,465	38,431	38,074
33	Jewellery	117,632	110,023	120,944	120,272	121,509	113,997	116,291	116,363
34	Toys and games	75,546	72,948	82,299	97,260	90,069	95,757	101,149	114,820
35	Sporting goods and luggage	107,199	108,929	129,534	153,593	157,055	141,320	136,862	123,873
36	Stationery, books and magazines	90,122	86,102	87,617	116,391	121,986	125,228	143,469	135,751
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	52,060	50,341	50,900	53,909	53,541	48,817	50,965	52,143
38	Meals and lunches	1,275	1,192	1,450	1,450	1,161	1,355	1,311	1,111
39	Repairs and services	4,872	4,284	4,865	4,625	4,140	4,530	4,588	4,779
40	All other departments	53,646	53,321	65,753	88,638	72,619	63,374	62,179	65,009
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	2,724,419	2,686,842	3,052,108	3,261,632	3,235,347	2,981,366	3,136,849	3,213,616

(1) At selling value.

TABLEAU 24. Stocks(1) mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1983				1982		Change - Variation		Rayon	N°
September	October	November	December	December	December/ November 1983	December 1983/1982			
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre	Décembre/ novembre 1983	Décembre 1983/1982			
Thousands of dollars				per cent					
milliers de dollars				pourcentage					
42,922	52,865	60,363	43,008	38,810	- 28.8	+ 10.8	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1	
75,809	75,907	65,218	41,728	40,267	- 36.0	+ 3.6	formes pour dames et jeunes filles		
166,315	178,184	189,368	141,664	110,563	- 25.2	+ 28.1	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2	
27,907	27,345	26,498	22,296	19,452	- 15.9	+ 14.6	filles		
85,806	103,100	93,272	85,943	69,554	- 7.9	+ 23.6	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3	
							Fourrures	4	
							Vêtements pour bébés et enfants et articles	5	
							de chambres d'enfants		
50,999	50,001	49,075	34,485	34,263	- 29.7	+ 0.6	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6	
50,855	64,976	78,397	46,585	42,026	- 40.6	+ 10.8	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
33,859	38,763	43,721	41,201	31,988	- 5.8	+ 28.8	Sous-vêtements	8	
2,969	3,726	6,168	4,783	3,533	- 22.5	+ 35.4	Chapeaux	9	
38,341	41,918	44,947	36,026	29,650	- 19.8	+ 21.5	Bas pour dames et fillettes	10	
52,998	64,462	71,320	43,894	41,659	- 38.5	+ 5.4	Gants, moufles et articles de parure pour	11	
108,426	111,203	109,038	99,229	91,924	- 9.0	+ 7.9	dames et fillettes		
167,001	169,651	205,168	151,901	161,113	- 26.0	- 5.7	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12	
169,971	198,003	202,452	128,688	119,168	- 36.4	+ 8.0	enfants		
48,649	57,809	52,040	39,863	33,681	- 23.4	+ 18.4	Vêtements pour hommes	13	
							Articles d'habillement pour hommes	14	
							Vêtements et articles d'habillement pour	15	
							garçons		
80,730	90,464	89,353	74,727	70,433	- 16.4	+ 6.1	Chaussures pour hommes et garçons	16	
34,992	48,351	53,945	29,076	34,859	- 46.1	- 16.6	Produits alimentaires et connexes	17	
187,597	257,286	263,946	205,343	167,598	- 22.2	+ 22.5	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18	
							caments		
57,571	72,117	67,510	55,038	48,135	- 18.5	+ 14.3	Appareils et fournitures photographiques	19	
27,723	33,908	31,024	30,764	28,235	- 0.8	+ 9.0	Tissus à la pièce	20	
116,753	124,040	136,414	142,638	121,738	+ 4.6	+ 17.2	Literie et linge de maison	21	
40,027	43,669	42,639	45,259	45,003	+ 6.1	+ 0.6	Menus articles	22	
93,763	106,666	112,641	117,588	105,581	+ 4.4	+ 11.4	Porcelaine et verrerie	23	
41,535	47,316	49,372	61,790	56,021	+ 25.2	+ 10.3	Revêtements de plancher	24	
60,302	61,859	64,586	68,814	67,382	+ 6.5	+ 2.1	Tentures, rideaux et housses	25	
55,363	63,389	62,099	50,908	45,756	- 18.0	+ 11.3	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26	
							d'ameublement pour la maison		
161,878	183,341	171,046	209,070	223,087	+ 22.2	- 6.3	Meubles	27	
55,586	57,853	70,701	74,158	63,148	+ 4.9	+ 17.4	Gros appareils ménagers	28	
164,658	177,052	189,819	161,475	152,008	- 14.9	+ 6.2	Télévision, radio et musique	29	
186,731	196,117	227,174	176,548	153,913	- 22.3	+ 14.7	Articles de ménage et petits appareils élec-	30	
							triques		
132,803	138,961	136,729	141,427	129,807	+ 3.4	+ 9.0	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31	
							etc.		
38,421	39,936	42,173	52,218	49,311	+ 23.8	+ 5.9	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32	
							truction		
109,423	130,947	140,184	111,075	115,806	- 20.8	- 4.1	Bijouterie	33	
138,892	170,227	150,049	79,959	59,061	- 46.7	+ 35.4	Jouets et jeux	34	
135,275	164,336	159,376	125,645	121,635	- 21.2	+ 3.3	Articles de sport et valises	35	
141,007	133,920	143,899	113,493	83,094	- 21.1	+ 36.6	Papeterie, livres et revues	36	
51,959	59,703	56,261	64,697	62,805	+ 15.0	+ 3.0	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37	
							réparation et fournitures		
945	1,175	1,083	1,018	1,008	- 6.0	+ 1.0	Repas et casse-croûtes	38	
4,918	5,030	5,295	5,466	4,925	+ 3.2	+ 11.0	Services et travaux de réparation	39	
68,761	87,295	90,540	63,018	61,884	- 30.4	+ 1.8	Tous autres rayons	40	
3,310,440	3,732,871	3,854,903	3,222,506	2,939,884	- 16.4	+ 9.6	TOTAL, TOUS RAYONS	41	

(1) Valeur de vente.

TABLE 25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983(1)

		1983						
		January	February	March	April	May	June	July
Department		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	41,188	40,919	48,271	46,779	49,034	42,302	44,948
2	Women's and misses' coats and suits	51,920	50,338	49,709	45,984	37,226	35,751	39,223
3	Women's and misses' sportswear	128,912	125,274	146,610	140,711	136,730	132,611	131,569
4	Furs	18,224	17,763	19,730	12,448	18,893	18,268	18,439
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	71,097	74,423	85,443	73,710	78,482	82,101	76,321
6	Girls' and teenage girls' wear	43,119	43,352	51,429	42,964	42,337	40,395	42,075
7	Lingerie and women's sleepwear	49,422	47,001	51,050	47,496	47,003	45,609	45,448
8	Intimate apparel	32,718	31,986	35,155	35,112	33,245	33,795	33,559
9	Millinery	2,347	2,356	2,146	2,661	1,320	1,794	2,908
10	Women's and girls' hosiery	29,350	29,452	32,598	31,977	32,421	34,487	33,209
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	47,052	45,003	48,142	45,604	43,320	42,629	42,474
12	Women's, misses' and children's footwear	92,144	89,992	99,345	88,254	93,485	83,513	93,242
13	Men's clothing	151,274	151,895	171,569	143,937	150,917	156,744	152,754
14	Men's furnishings	143,514	140,972	145,493	141,656	143,198	140,377	130,815
15	Boys' clothing and furnishings	42,754	41,481	47,413	42,901	43,473	43,411	43,401
16	Men's and boys' footwear	75,578	68,576	75,351	66,900	73,061	70,532	72,877
17	Food and kindred products
18	Toiletries, cosmetics and drugs	189,619	174,578	188,758	183,142	169,970	186,419	194,467
19	Photographic equipment and supplies	55,614	56,232	64,286	54,606	57,775	64,817	62,575
20	Piece goods	26,095	24,385	29,715	24,410	32,937	25,977	27,957
21	Linens and domestics	114,704	116,166	116,622	113,891	121,330	118,142	125,032
22	Smallwares and notions	39,803	40,576	39,880	38,000	37,580	40,594	40,593
23	China and glassware	94,850	96,714	96,453	86,216	95,189	96,680	96,164
24	Floor coverings	49,883	48,945	53,504	47,376	49,895	49,138	47,851
25	Draperies, curtains and furniture coverings	60,893	59,884	70,820	60,208	63,443	65,733	62,315
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	49,398	49,264	56,876	49,729	53,616	54,323	54,248
27	Furniture	190,432	174,822	195,753	178,665	188,322	179,954	170,706
28	Major appliances	57,173	56,664	64,136	63,740	59,099	51,790	49,521
29	Television, radio and music	143,176	145,912	158,683	147,416	155,144	158,997	159,860
30	Housewares and small electrical appliances	181,014	184,732	166,456	172,893	169,441	184,866	182,150
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	131,975	124,757	151,450	118,774	127,355	134,848	127,581
32	Plumbing, heating and building materials
33	Jewellery	129,398	118,199	125,370	111,683	117,289	120,157	120,995
34	Toys and games	88,995	89,707	101,179	96,912	100,161	117,408	114,294
35	Sporting goods and luggage	138,968	132,646	140,783	130,653	134,818	139,685	138,189
36	Stationery, books and magazines	100,605	101,051	101,774	113,122	114,364	123,704	128,026
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	56,573	55,477	57,861	49,971	50,561	52,001	52,146
38	Meals and lunches
39	Repairs and services	5,405	5,282	5,942	4,826	4,307	4,673	4,421
40	All other departments	74,267	67,776	63,474	73,294	63,966	63,764	61,343
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,040,777	3,006,135	3,253,500	3,006,794	3,064,526	3,144,395	3,088,540

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1982 et 1983(1)

1983					1982	Change - Variation		Rayon	No
August	September	October	November ^F	December ^P	December	December/ November 1983			
Août	Septembre	Octobre	Novembre ^F	Décembre ^P	Décembre	Décembre/ novembre 1983			
Thousands of dollars							per cent		
milliers de dollars							pourcentage		
49,229	47,941	44,839	52,219	48,280	43,000	- 7.5		Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
43,508	51,242	49,918	53,612	50,016	49,588	- 6.7		formes pour dames et jeunes filles	
150,033	173,923	160,795	167,295	171,672	135,994	+ 2.6		Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
19,369	23,862	21,195	22,190	20,710	18,011	- 6.7		filles	
83,807	87,312	86,470	88,017	94,588	76,613	+ 7.5		Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
								Fourrures	4
								Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
								de chambres d'enfants	
40,613	50,375	43,347	42,968	45,791	46,232	+ 6.6		Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
48,584	53,929	48,828	56,514	57,034	52,978	+ 0.9		Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
33,800	39,858	36,251	37,780	40,684	31,652	+ 7.7		Sous-vêtements	8
2,793	3,402	2,768	3,412	3,030	2,327	- 11.2		Chapeaux	9
34,209	40,298	37,930	40,659	41,149	34,191	+ 1.2		Bas pour dames et fillettes	10
45,178	55,466	49,523	53,222	51,750	49,461	- 2.8		Gants, moufles et articles de parure pour	11
98,217	115,060	101,129	108,890	106,629	99,145	- 2.1		dames et fillettes	
155,503	163,721	138,652	168,797	151,855	164,501	- 10.0		Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
143,741	162,116	149,194	165,445	164,626	156,835	- 0.5		enfants	
43,436	47,804	45,611	47,684	48,554	41,322	+ 1.8		Vêtements pour hommes	13
								Articles d'habillement pour hommes	14
								Vêtements et articles d'habillement pour	15
								garçons	
73,850	88,378	77,099	82,908	81,938	77,083	- 1.2		Chaussures pour hommes et garçons	16
***	***	***	***	***	***	***		Produits alimentaires et connexes	17
213,096	214,086	219,195	210,779	216,515	180,981	+ 2.7		Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
								caments	
58,946	63,330	55,230	58,661	63,998	55,299	+ 9.1		Appareils et fournitures photographiques	19
31,643	30,511	30,764	30,866	30,853	28,293	--		Tissus à la pièce	20
130,860	139,052	126,826	126,173	137,324	117,977	+ 8.8		Literie et linge de maison	21
42,290	43,033	42,481	44,661	43,623	44,053	- 2.3		Menus articles	22
102,383	100,735	100,730	102,066	103,794	94,736	+ 1.7		Porcelaine et verrerie	23
46,384	46,347	45,899	50,680	57,549	51,900	+ 13.6		Revêtements de plancher	24
66,734	67,767	58,364	62,787	65,388	63,613	+ 4.1		Tentures, rideaux et housses	25
57,241	57,624	53,472	55,853	59,024	54,430	+ 5.7		Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
170,564	185,442	180,919	174,866	186,188	201,135	+ 6.5		d'ameublement pour la maison	
52,395	63,130	57,037	63,358	65,836	56,357	+ 3.9		Meubles	27
170,573	187,112	161,198	166,403	153,698	144,869	- 7.6		Gros appareils ménagers	28
194,666	201,240	177,177	194,330	192,928	172,142	- 0.7		Télévision, radio et musique	29
								Articles de ménage et petits appareils élec-	30
								triques	
120,274	143,563	128,349	132,528	145,786	139,860	+ 10.0		Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
***	***	***	***	***	***	***		etc.	
122,561	124,990	116,921	115,376	120,211	126,772	+ 4.2		Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
106,777	111,584	101,051	111,087	136,449	103,238	+ 22.8		truction	
135,390	142,838	132,964	142,241	140,873	139,118	- 1.0		Bijouterie	33
								Jouets et jeux	34
								Articles de sport et valises	35
127,840	143,110	112,140	122,658	139,153	101,561	+ 13.4		Papeterie, livres et revues	36
52,692	54,006	52,616	49,885	67,788	66,374	+ 35.9		Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
***	***	***	***	***	***	***		réparation et fournitures	
4,528	4,713	4,269	4,605	5,817	5,487	+ 26.3		Repas et casse-croûtes	38
66,507	71,737	72,946	75,134	74,428	82,731	- 0.9		Services et travaux de réparation	39
								Tous autres rayons	40
3,255,669	3,545,010	3,208,927	3,387,358	3,460,223	3,156,073	+ 2.2		TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 26. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1982 and 1983

No.	Department	1983						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	4.55	4.03	3.73	3.67	2.73	1.85	3.09
2	Women's and misses' coats and suits	3.44	3.94	2.66	2.51	2.88	3.76	7.99
3	Women's and misses' sportswear	3.82	3.38	3.23	3.74	2.87	2.16	3.10
4	Furs	3.92	5.04	7.54	12.42	63.97	32.55	15.09
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.53	3.97	3.46	4.14	3.82	3.43	4.62
6	Girls' and teenage girls' wear	3.84	3.63	2.70	3.47	3.10	2.43	4.64
7	Lingerie and women's sleepwear	3.91	3.51	3.40	3.63	3.05	2.21	2.78
8	Intimate apparel	4.58	4.33	3.34	3.74	3.42	2.73	3.46
9	Millinery	1.68	1.84	1.42	1.88	1.19	1.05	2.06
10	Women's and girls' hosiery	3.25	3.63	3.12	3.45	3.43	3.58	4.78
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4.68	4.99	3.91	3.95	3.27	2.76	4.03
12	Women's, misses' and children's footwear	5.74	6.26	4.82	4.56	4.33	3.18	5.38
13	Men's clothing	5.39	6.87	4.85	4.90	5.24	3.64	6.02
14	Men's furnishings	5.29	5.46	4.10	4.93	4.23	2.33	3.82
15	Boys' clothing and furnishings	5.75	6.03	3.87	3.84	3.59	3.07	5.83
16	Men's and boys' footwear	7.04	6.44	5.14	5.04	5.41	3.87	5.77
17	Food and kindred products	0.80	0.69	0.73	0.79	0.60	0.84	0.82
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5.17	3.97	3.83	4.43	3.88	4.00	4.50
19	Photographic equipment and supplies	5.94	5.96	5.19	5.63	5.43	4.15	4.67
20	Piece goods	6.83	6.70	6.33	6.30	7.96	5.81	8.10
21	Linens and domestics	3.83	7.01	5.17	5.49	5.78	3.95	4.28
22	Smallwares and notions	3.96	4.95	4.54	5.68	6.45	6.38	6.42
23	China and glassware	11.17	10.51	8.18	9.51	8.23	9.41	9.13
24	Floor coverings	5.14	4.91	3.89	4.12	4.52	4.15	3.57
25	Draperies, curtains and furniture coverings	5.97	5.61	4.93	4.37	4.25	3.82	3.89
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6.46	8.01	6.55	7.01	8.68	7.74	7.33
27	Furniture	4.76	5.46	4.45	5.50	4.48	3.73	2.86
28	Major appliances	1.65	2.08	1.74	2.11	1.51	0.87	0.81
29	Television, radio and music	3.83	4.69	4.00	5.32	5.20	4.93	4.32
30	Housewares and small electrical appliances	6.69	5.98	5.78	6.22	5.61	5.22	5.58
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	6.34	6.63	6.74	5.03	4.14	4.32	5.19
32	Plumbing, heating and building materials	5.54	4.51	4.59	3.88	3.24	2.28	2.86
33	Jewellery	12.26	9.92	7.85	7.70	7.07	6.31	7.92
34	Toys and games	9.39	7.85	6.12	6.70	6.41	6.08	6.19
35	Sporting goods and luggage	5.93	7.51	6.45	6.28	5.31	4.02	4.63
36	Stationery, books and magazines	4.68	4.45	3.52	5.17	5.42	4.99	6.39
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	4.09	4.54	3.37	3.32	2.82	2.40	2.95
38	Meals and lunches	0.07	0.07	0.07	0.07	0.06	0.06	0.06
39	Repairs and services	0.63	0.52	0.48	0.49	0.44	0.44	0.51
40	All other departments	2.61	2.63	2.50	2.78	1.95	1.71	2.10
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.25	4.35	3.81	4.16	3.74	3.16	3.68

TABLEAU 26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1983					1982			
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre	Rayon	N°	
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre			
2.95	2.91	3.71	3.81	1.85	1.67	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1	
3.51	4.11	3.05	2.61	1.69	1.82	formes pour dames et jeunes filles	2	
3.12	2.60	3.42	3.42	1.78	1.60	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	3	
10.81	10.47	4.72	3.70	2.60	3.09	filles	4	
3.52	3.30	3.95	3.47	2.25	1.88	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	5	
						Fourrures	4	
						Vêtements pour bébés et enfants et articles	5	
						de chambres d'enfants		
1.94	3.18	3.25	2.72	1.44	1.29	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6	
3.23	2.86	3.51	3.00	0.95	0.92	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
3.22	2.92	4.02	4.14	2.63	2.22	Sous-vêtements	8	
2.07	1.87	1.65	1.71	1.03	0.78	Chapeaux	9	
5.00	2.93	3.52	3.66	1.99	1.63	Bas pour dames et fillettes	10	
4.03	3.16	3.69	2.84	1.06	1.15	Gants, moufles et articles de parure pour	11	
4.36	3.50	3.89	3.34	3.10	2.98	dames et fillettes	12	
6.29	4.22	4.60	3.89	1.94	2.43	Chaussures pour dames, jeunes filles et	13	
4.49	4.03	4.87	3.20	1.05	1.08	enfants	14	
2.16	3.95	4.96	3.38	1.66	1.40	Vêtements pour hommes	15	
						Articles d'habillement pour hommes	14	
						Vêtements et articles d'habillement pour	15	
						garçons		
5.23	4.61	5.68	4.06	2.91	2.90	Chaussures pour hommes et garçons	16	
0.69	0.69	0.87	0.77	0.34	0.43	Produits alimentaires et connexes	17	
4.21	3.98	5.09	4.36	1.69	1.52	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18	
						caments		
4.26	4.60	6.19	4.27	1.71	1.48	Appareils et fournitures photographiques	19	
7.13	5.86	6.70	5.89	6.67	6.05	Tissus à la pièce	20	
4.25	3.57	4.49	4.77	3.10	2.77	Literie et linge de maison	21	
5.83	3.88	4.52	4.04	3.16	3.57	Menus articles	22	
10.46	8.09	10.00	6.21	3.36	3.02	Porcelaine et verrerie	23	
3.49	3.27	3.20	3.13	5.46	4.81	Revêtements de plancher	24	
4.31	3.83	3.89	3.76	3.85	3.67	Tentures, rideaux et housses	25	
7.88	6.32	7.13	4.94	2.37	2.17	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26	
3.27	3.82	4.10	3.94	4.79	5.30	d'ameublement pour la maison	27	
1.11	1.25	1.18	1.54	1.46	1.45	Meubles	28	
4.33	3.21	3.89	3.35	1.79	1.90	Gros appareils ménagers	29	
5.87	5.56	5.40	5.21	2.18	1.93	Télévision, radio et musique	30	
						Articles de ménage et petits appareils élec-	30	
						triques		
5.73	5.70	5.40	5.00	3.74	3.66	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31	
3.43	3.62	3.21	3.68	4.07	4.04	etc.	32	
7.27	5.48	7.64	5.36	1.70	1.76	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32	
6.98	8.20	6.50	2.55	0.86	0.73	truction	33	
5.46	6.49	8.71	6.50	2.55	2.39	Bijouterie	34	
						Jouets et jeux	34	
						Articles de sport et valises	35	
4.34	4.52	5.49	3.50	1.51	1.22	Papeterie, livres et revues	36	
3.11	3.24	3.03	2.58	2.41	2.77	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37	
0.05	0.04	0.05	0.04	0.03	0.03	réparation et fournitures	38	
0.50	0.48	0.46	0.38	0.40	0.37	Repas et casse-croûtes	39	
2.39	2.51	3.17	2.74	1.09	1.22	Services et travaux de réparation	40	
						Tous autres rayons	40	
3.64	3.49	3.93	3.34	1.83	1.80	TOTAL, TOUS RAYONS	41	

TABLE 27. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, Canada, 1982 and 1983

No.	Department	1983						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.21	0.26	0.30	0.29	0.35	0.44	0.35
2	Women's and misses' coats and suits	0.28	0.27	0.38	0.37	0.28	0.26	0.17
3	Women's and misses' sportswear	0.26	0.30	0.35	0.28	0.33	0.41	0.33
4	Furs	0.24	0.19	0.14	0.06	0.02	0.03	0.07
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	0.26	0.26	0.31	0.26	0.26	0.28	0.24
6	Girls' and teenage girls' wear	0.25	0.30	0.42	0.29	0.31	0.37	0.26
7	Lingerie and women's sleepwear	0.25	0.28	0.32	0.29	0.32	0.41	0.37
8	Intimate apparel	0.22	0.22	0.31	0.29	0.28	0.35	0.30
9	Millinery	0.44	0.51	0.61	0.67	0.59	0.93	0.62
10	Women's and girls' hosiery	0.29	0.28	0.35	0.31	0.29	0.27	0.21
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.21	0.20	0.28	0.26	0.29	0.33	0.26
12	Women's, misses' and children's footwear	0.16	0.17	0.23	0.22	0.23	0.28	0.20
13	Men's clothing	0.15	0.16	0.22	0.20	0.19	0.26	0.17
14	Men's furnishings	0.19	0.19	0.26	0.22	0.23	0.39	0.27
15	Boys' clothing and furnishings	0.18	0.17	0.27	0.27	0.27	0.31	0.21
16	Men's and boys' footwear	0.13	0.15	0.22	0.20	0.20	0.24	0.18
17	Food and kindred products	1.30	1.48	1.38	1.32	1.45	1.34	1.18
18	Toiletries, cosmetics and drugs	0.21	0.22	0.28	0.24	0.24	0.26	0.23
19	Photographic equipment and supplies	0.18	0.16	0.20	0.18	0.19	0.24	0.22
20	Piece goods	0.13	0.15	0.18	0.15	0.14	0.15	0.13
21	Linens and domestics	0.25	0.15	0.19	0.19	0.18	0.24	0.24
22	Smallwares and notions	0.22	0.20	0.22	0.19	0.16	0.16	0.16
23	China and glassware	0.08	0.10	0.12	0.10	0.13	0.10	0.11
24	Floor coverings	0.18	0.20	0.27	0.24	0.23	0.24	0.27
25	Draperies, curtains and furniture coverings	0.16	0.17	0.22	0.22	0.24	0.26	0.25
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.15	0.13	0.17	0.14	0.13	0.12	0.14
27	Furniture	0.19	0.17	0.24	0.19	0.23	0.25	0.34
28	Major appliances	0.57	0.49	0.60	0.50	0.61	1.01	1.24
29	Television, radio and music	0.24	0.21	0.27	0.19	0.19	0.20	0.23
30	Housewares and small electrical appliances	0.16	0.18	0.17	0.17	0.17	0.20	0.18
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	0.15	0.15	0.17	0.19	0.26	0.23	0.19
32	Plumbing, heating and building materials	0.16	0.21	0.23	0.27	0.30	0.42	0.36
33	Jewellery	0.08	0.10	0.13	0.13	0.14	0.15	0.13
34	Toys and games	0.12	0.13	0.17	0.16	0.15	0.17	0.17
35	Sporting goods and luggage	0.16	0.13	0.17	0.17	0.19	0.24	0.21
36	Stationery, books and magazines	0.22	0.22	0.29	0.22	0.19	0.20	0.17
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.22	0.22	0.30	0.31	0.35	0.40	0.35
38	Meals and lunches	15.77	13.74	15.43	13.42	14.87	16.81	15.38
39	Repairs and services	1.45	1.79	2.21	1.99	2.15	2.38	1.99
40	All other departments	0.35	0.38	0.44	0.41	0.46	0.55	0.47
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.22	0.22	0.27	0.25	0.26	0.30	0.27

TABLEAU 27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1983						1982	
August	September	October	November	December	December	Rayon	N°
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre		
0.34	0.34	0.30	0.28	0.45	0.52	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
0.31	0.28	0.33	0.35	0.46	0.48	formes pour dames et jeunes filles	2
0.34	0.40	0.30	0.30	0.48	0.55	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	3
0.10	0.11	0.21	0.27	0.35	0.32	filles	4
0.28	0.30	0.28	0.27	0.43	0.52	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	5
						Fouritures	
						Vêtements pour bébés et enfants et articles	
						de chambres d'enfants	
0.47	0.34	0.31	0.36	0.57	0.62	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.33	0.36	0.32	0.37	0.78	0.86	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.31	0.35	0.27	0.26	0.37	0.45	Sous-vêtements	8
0.49	0.61	0.68	0.73	0.85	1.24	Chapeaux	9
0.21	0.34	0.30	0.28	0.45	0.59	Bas pour dames et fillettes	10
0.26	0.35	0.30	0.37	0.72	0.72	Gants, moufles et articles de parure pour	11
0.24	0.30	0.26	0.30	0.31	0.33	dames et fillettes	12
0.18	0.23	0.22	0.28	0.44	0.39	Chaussures pour dames, jeunes filles et	
0.24	0.26	0.22	0.32	0.74	0.74	enfants	
0.39	0.28	0.22	0.28	0.52	0.63	Vêtements pour hommes	13
						Articles d'habillement pour hommes	14
						Vêtements et articles d'habillement pour	15
						garçons	
0.19	0.22	0.19	0.24	0.31	0.33	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.41	1.38	1.33	1.37	2.08	2.04	Produits alimentaires et connexes	17
0.24	0.25	0.23	0.23	0.52	0.58	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
						caments	
0.23	0.22	0.18	0.23	0.53	0.59	Appareils et fournitures photographiques	19
0.15	0.16	0.16	0.16	0.15	0.17	Tissus à la pièce	20
0.23	0.28	0.23	0.22	0.33	0.37	Literie et linge de maison	21
0.17	0.25	0.23	0.24	0.33	0.31	Menus articles	22
0.10	0.12	0.11	0.17	0.30	0.34	Porcelaine et verrerie	23
0.28	0.28	0.33	0.33	0.20	0.22	Revêtements de plancher	24
0.24	0.25	0.26	0.27	0.27	0.28	Tentures, rideaux et housses	25
0.13	0.15	0.15	0.20	0.38	0.41	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
0.30	0.26	0.26	0.25	0.23	0.21	d'ameublement pour la maison	
0.92	0.84	0.86	0.72	0.70	0.71	Meubles	27
0.24	0.31	0.27	0.31	0.51	0.52	Gros appareils ménagers	28
0.17	0.18	0.19	0.21	0.40	0.48	Télévision, radio et musique	29
						Articles de ménage et petits appareils élec-	30
						triques	
0.17	0.18	0.19	0.20	0.27	0.28	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
0.29	0.28	0.32	0.28	0.27	0.28	etc.	
0.14	0.18	0.14	0.19	0.52	0.49	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
0.15	0.13	0.17	0.37	0.81	0.91	truction	
0.17	0.16	0.13	0.15	0.35	0.39	Bijouterie	33
						Jouets et jeux	34
						Articles de sport et valises	35
0.22	0.23	0.18	0.30	0.58	0.70	Papeterie, livres et revues	36
0.32	0.31	0.35	0.38	0.44	0.39	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
17.72	20.93	20.18	21.79	32.62	34.05	réparation et fournitures	
2.04	2.10	2.18	2.68	2.52	2.59	Repas et casse-croûtes	38
0.43	0.41	0.35	0.37	0.75	0.72	Services et travaux de réparation	39
						Tous autres rayons	40
0.27	0.28	0.26	0.30	0.49	0.51	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 28. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Unadjusted, Canada, 1981-1983

TABLERAU 28. Montants à recevoir(1), non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983

Month	1981	1982	1983	Change from previous month	Change 1983/1982
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1983/1982
	thousands of dollars			per cent	
	milliers de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,554,350	1,624,889	1,668,020	- 5.0	+ 2.7
February - Février	1,488,706	1,554,529	1,599,438	- 4.1	+ 2.9
March - Mars	1,476,287	1,537,740	1,566,508	- 2.1	+ 1.9
April - Avril	1,483,717	1,536,243	1,583,987	+ 1.1	+ 3.1
May - Mai	1,493,281	1,527,443	1,601,258	+ 1.1	+ 4.8
June - Juin	1,501,535	1,505,203	1,585,200	- 1.0	+ 5.3
July - Juillet	1,523,351	1,477,266	1,553,254	- 2.0	+ 5.1
August - Août	1,512,048	1,476,402	1,541,395	- 0.8	+ 4.4
September - Septembre	1,537,138	1,536,070	1,594,573	+ 3.4	+ 3.8
October - Octobre	1,550,904	1,554,259	1,631,976	+ 2.3	+ 5.0
November - Novembre	1,622,633	1,613,782	1,702,704	+ 4.3	+ 5.5
December - Décembre	1,788,145	1,755,331	1,887,032	+ 10.8	+ 7.5

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 29. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983

TABLERAU 29. Montants à recevoir(1), désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983

Month	1981	1982	1983	Change from previous month	Change 1983/1982
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1983/1982
	millions of dollars			per cent	
	millions de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,470.0	1,538.5	1,576.1	+ 2.5	+ 2.4
February - Février	1,480.0	1,551.8	1,576.4	--	+ 1.6
March - Mars	1,499.0	1,563.8	1,593.1	+ 1.1	+ 1.9
April - Avril	1,515.0	1,566.1	1,614.5	+ 1.3	+ 3.1
May - Mai	1,537.0	1,567.6	1,635.0	+ 1.3	+ 4.3
June - Juin	1,563.0	1,563.0	1,639.0	+ 0.2	+ 4.9
July - Juillet	1,615.0	1,560.6	1,633.3	- 0.3	+ 4.7
August - Août	1,595.0	1,554.2	1,627.0	- 0.4	+ 4.7
September - Septembre	1,581.0	1,569.9	1,629.0	+ 0.1	+ 3.8
October - Octobre	1,565.0	1,566.3	1,643.0	+ 0.9	+ 4.9
November - Novembre	1,570.0	1,563.8	1,655.0	+ 0.7	+ 5.8
December - Décembre	1,563.0	1,537.8	1,665.5	+ 0.6	+ 8.3

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

Department Store Sales and
Stocks, MCD, Seasonal
and Trading Day Factors

Ventes et stocks des grands
magasins MDC et coefficients de
corrections des variations
saisonnières et des jours
commerciaux

TABLE 30. Department Store Sales and Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1983 and 1984

No.	Department	Sales - Combined Seasonal and Trading Day Factors			
		Ventes - Coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux			
		MCD in November	November ^T	December ^P	January 1984
		MDC en novembre	Novembre ^T	Décembre ^P	Janvier 1984
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5	109.40	147.52	53.94
2	Women's and misses' coats and suits	8	169.33	155.94	72.96
3	Women's and misses' sportswear	4	112.12	154.13	58.08
4	Furs	12	209.09	242.76	149.69
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	5	117.86	163.53	69.01
6	Girls' and teenage girls' wear	4	117.55	164.71	49.19
7	Lingerie and women's sleepwear	4	138.69	263.48	54.29
8	Intimate apparel	4	104.98	144.82	73.46
9	Millinery	9	211.59	257.18	76.34
10	Women's and girls' hosiery	4	118.93	172.47	77.69
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4	154.78	248.39	56.00
12	Women's, misses' and children's footwear	5	132.85	139.60	58.18
13	Men's clothing	4	148.91	195.57	60.85
14	Men's furnishings	5	147.50	272.16	54.53
15	Boys' clothing and furnishings	5	122.88	199.66	51.08
16	Men's and boys' footwear	6	133.54	163.44	59.05
17	Food and kindred products	4	118.37	142.41	83.14
18	Toiletries, cosmetics and drugs	2	116.10	229.52	74.29
19	Photographic equipment and supplies	4	116.57	244.46	64.76
20	Piece goods	7	123.90	100.65	79.57
21	Linens and domestics	3	107.29	166.61	101.69
22	Smallwares and notions	4	125.30	148.58	103.65
23	China and glassware	5	140.74	283.06	59.81
24	Floor coverings	5	122.87	103.37	79.27
25	Draperies, curtains and furniture coverings	3	113.98	124.39	70.76
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	142.70	232.96	71.37
27	Furniture	5	103.23	104.77	95.21
28	Major appliances	5	106.01	115.67	90.74
29	Television, radio and music	5	132.21	207.73	86.11
30	Housewares and small electrical appliances	3	119.49	228.51	66.91
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	4	105.35	145.87	69.71
32	Plumbing, heating and building materials	6	103.86	107.15	68.63
33	Jewellery	3	137.71	314.03	43.64
34	Toys and games	4	224.98	386.59	34.40
35	Sporting goods and luggage	3	101.91	198.41	67.38
36	Stationery, books and magazines	3	125.69	247.89	68.72
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5	132.20	136.77	76.26
38	Meals and lunches	3	114.23	150.84	84.68
39	Repairs and services	6	131.97	136.54	86.35
40	All other departments	5	96.91	175.64	67.68
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3	124.74	187.47	71.09

TABLERAU 30. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1983 et 1984

Stocks - Seasonal Factors

Stocks - Coefficients des variations saisonnières

				Rayon	N°
MCD in November	November ^F	December ^P	January 1984		
MDC en novembre	Novembre ^F	Décembre ^P	Janvier 1984		
3	115.60	89.08	86.29	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-formes pour dames et jeunes filles	1
4	121.65	83.43	73.98	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
3	113.19	82.52	82.55	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
5	119.41	107.66	97.16	Fourrures	4
4	105.97	90.86	82.14	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
4	114.21	75.31	73.20	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
4	138.72	81.68	82.19	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
4	115.72	101.27	102.52	Sous-vêtements	8
6	180.76	157.86	92.04	Chapeaux	9
3	110.55	87.55	87.59	Bas pour dames et fillettes	10
3	134.00	84.82	84.88	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
3	100.14	93.06	81.70	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
4	121.55	100.03	72.87	Vêtements pour hommes	13
3	122.37	78.17	82.85	Articles d'habillement pour hommes	14
4	109.14	82.10	87.63	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
4	107.77	91.20	84.40	Chaussures pour hommes et garçons	16
...	Produits alimentaires et connexes	17
4	125.22	94.84	105.97	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
4	115.08	86.00	98.32	Appareils et fournitures photographiques	19
5	100.51	99.71	88.16	Tissus à la pièce	20
3	108.12	103.87	94.97	Literie et linge de maison	21
4	95.47	103.75	89.82	Menus articles	22
3	110.36	113.29	89.49	Porcelaine et verrerie	23
4	97.42	107.37	95.81	Revêtements de plancher	24
3	102.86	105.24	99.46	Tentures, rideaux et housses	25
4	111.18	86.25	86.43	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
3	97.82	112.29	96.26	Meubles	27
4	111.59	112.64	96.31	Gros appareils ménagers	28
3	114.07	105.06	93.10	Télévision, radio et musique	29
3	116.90	91.51	95.24	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
4	103.17	97.01	82.23	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
...	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
3	121.50	92.40	93.35	Bijouterie	33
4	135.07	58.60	83.64	Jouets et jeux	34
4	112.05	89.19	78.33	Articles de sport et valises	35
3	117.32	81.56	87.52	Papeterie, livres et revues	36
5	112.78	95.44	93.66	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
...	Repas et casse-croûtes	38
9	114.98	93.79	93.79	Services et travaux de réparation	39
5	120.50	84.67	76.87	Tous autres rayons	40
3	113.80	93.13	89.59	TOTAL, TOUS RAYONS	41

LIST OF DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - LISTE DES ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS

MAJOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS TRADITIONNELS

Ayre's Ltd., Water St., St. John's, Newfoundland
Bowring Bros. Ltd., 281 Water St., St. John's, Newfoundland
Caplan, C., Ltd., 135 Rideau St., Ottawa, Ontario
Eaton, T., Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario
Goudies Ltd., 22 King St. W., Kitchener, Ontario
Holman, R.T., Ltd., Water St., Summerside, Prince Edward Island
Hougens Ltd., 305 Main St., Whitehorse, Yukon
Hubert, Magasin J.O., Ltée, 163-165 rue Principale, Maniwaki, Québec
Hudson's Bay Co., 2 Bloor St. E., Toronto, Ontario
Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd., 4910-50th St., Lloydminster, Saskatchewan
Ogilvy, Charles, Ltd., 126 Rideau St., Ottawa, Ontario
Ogilvy's, James A., Ltd., Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec
Right House, The, Co. Ltd., 35-41 King St. E., Hamilton, Ontario (Closed February 1983 - Fermée février 1983)
Robinson, The G.W., Co. Ltd., 18 James St., Hamilton, Ontario
Simpsons Ltd., 401 Bay St., Toronto, Ontario
Simpson Sears Ltd., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario
Smith & Chapple Ltd., 24 Birch St., Chapleau, Ontario
Woodward Stores (Alta.) Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia
Woodward Stores (B.C.) Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

JUNIOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS POPULAIRES

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario
Sentry Dep't. Stores Ltd., 1650 Avenue Rd., Toronto, Ontario
Steinberg Inc., Miracle Mart Division, 5151 Thimens, St-Laurent, Québec
Towers Department Stores Ltd., 6509 Airport Rd., Mississauga, Ontario
Woolco Department Stores, c/o F.W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario
Zeller's Ltd., 5250 Decarie Blvd., Montréal, Québec

SELECTED PUBLICATIONS

Following are publications of the Merchandising and Services Division in the Retail Trade sector.

Catalogue

- 63-002 Department Store Sales and Stocks. M. Bil. 36 pp. First Issue, 1938. (ISSN 0380-7045).

Total sales and number of outlets, by province and selected metropolitan area, and sales and inventories by department, Canada.

- 63-004 Department Store Sales by Regions. Advance Release. M. Bil. 1 pp. First Issue, 1950. (ISSN 0709-8650).

Total sales and percentage changes of sales by region.

- 63-005 Retail Trade. M. Bil. Approx. 65 pp. First Issue, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total retail sales by province and kind of business, for chain and independent stores; seasonally adjusted sales, Canada.

- 63-007 New Motor Vehicle Sales. M. Bil. Approx. 15 pp. First Issue, 1932. (ISSN 0705-5595).

Number and value of new passenger cars, trucks and buses sold by province and by origin (Canada and U.S. or imported). Monthly unit sales, by type and origin, seasonally adjusted.

- 63-014 Merchandising Inventories. M. Bil. 24 pp. First Issue, 1972. (ISSN 0380-7177).

Inventories and stocks/sales ratios, by type of trade for wholesale, by department for department stores, by kind of business for chain stores and independent stores: quarterly percentage changes for independent stores by kind of business.

- 63-210 Retail Chain and Department stores. A. Bil. Approx. 74 pp. First Issue, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total retail sales by chain and department stores by province, selected localities and kind of business including data on floor area, inventory and accounts receivable.

CHOIX DE PUBLICATIONS

Les publications suivantes se trouvent à la Section du commerce de détail, Division du commerce et des services.

Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M. Bil. 36 pages. Premier numéro, 1938. (ISSN 0380-7045).

Ventes totales et nombre de points de vente par provinces et certaines régions métropolitaines, ventes et stocks par rayon, Canada.

- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M. Bil. 1 page. Premier numéro, 1950. (ISSN 0709-8650).

Variations en pourcentage et ventes par région.

- 63-005 Commerce de détail. M. Bil. Environ 65 pages. Premier numéro, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total des ventes au détail par province et genre de commerce, pour les magasins à succursales et les magasins indépendants; chiffres désaisonnalisés, Canada.

- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M. Bil. Environ 15 pages. Premier numéro, 1932. (ISSN 0705-5595).

Nombre et valeur des voitures particulières, des camions et des autobus neufs vendus par province et par lieu d'origine (Canada et É.-U. ou importés). Ventes unitaires mensuelles selon le type et l'origine, après désaisonnalisation.

- 63-014 Stocks commerciaux. M. Bil. 24 pages. Premier numéro, 1972. (ISSN 0380-7177).

Stocks et rapports stocks/ventes, par genre de commerce pour le commerce de gros, par rayon pour les grands magasins et par genre de commerce pour les magasins à succursales et magasins indépendants: variations trimestrielles en pourcentage pour les magasins indépendants suivant le genre de commerce.

- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A. Bil. Environ 74 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total des ventes au détail pour les magasins à succursales et les grands magasins selon la province, certaines agglomérations et le genre de commerce, incluant des données sur la superficie totale, les stocks, et les comptes à recevoir.

Catalogue

- 63-213 Vending Machine Operators. A. Bil. 21 pp. First Issue, 1958. (ISSN 0527-6411).

Sales of merchandise through automatic vending machines, by type of machine and by location, Canada and provinces.

- 63-218 Direct Selling Canada. A. Bil. 14 pp. First Issue, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Sales of various commodities by method of distribution: by personal selling, by mail, from premises, etc.

- 63-219 Campus Book Stores, A. Bil. Approx. 8 pp. First Issue, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Retail sales by type of commodity, employees and payroll, by region or province for academic years.

- 63-224 Market Research Handbook. A. Bil. 700 pp. First Issue, 1975. (ISSN 0590-9325).

The data covers such topics as general economic indicators, population characteristics, personal income and expenditure and household facilities.

- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O. Bil. 695 pp. (ISBN 0-660-506-13-0).

The publication provides revised retail trade estimates for the years 1972 to 1979, both unadjusted and seasonally adjusted and also sections on definitions, concepts, classifications, methodology and data reliability.

- Operating Results - Retail Trades. O. Bil. 29 pp. First Issue, 1974.

The following publications in the Operating Results series contain ratios (percentages of net sales) for: purchases, inventories, cost of goods sold, gross profit, operating expense items and net profit.

- 63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1981

- 63-604 Independent Women's Retail Clothing Stores, 1975

- 63-605 Independent Retail Hardware Stores, 1976

Catalogue

- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A. Bil. 21 pages. Premier numéro, 1958. (ISSN 0527-6411).

Ventes de marchandise par distributeurs automatiques selon le genre de machine et l'emplacement, Canada et provinces.

- 63-218 La vente directe au Canada. A. Bil. 14 pages. Premier numéro, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Ventes de divers produits, par mode de distribution: par démarchage, par la poste, chez le fabricant, etc.

- 63-219 Librairies de campus. A. Bil. Environ 8 pages. Premier numéro, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Ventes au détail par type de produits, ainsi que le nombre d'employés et la paye, par région ou province pour les années scolaires.

- 63-224 Recueil statistique des études de marché. A. Bil. 803 pages. Premier numéro, 1975. (ISSN 0590-9325).

Les données portent sur des sujets tels que les indicateurs économiques généraux, les caractéristiques de la population, le revenu et les dépenses des particuliers et l'équipement ménager.

- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S. Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0).

Cette publication contient des données brutes et désaisonnalisées, révisées de 1972 à 1979, des sections sur les définitions, les concepts, la classification, la méthodologie et la fiabilité des données.

- Résultats d'exploitation - Commerce de détail. H.S. Bil. 29 pages. Premier numéro, 1974.

Les publications suivantes de la série des Résultats de l'exploitation contiennent des ratios (pourcentages des ventes nettes) pour les achats, les stocks, le coût des biens vendus, les bénéfices bruts, les dépenses d'exploitation et les bénéfices nets.

- 63-603 Magasins de vente au détail de vêtements pour hommes, 1981

- 63-604 Magasins indépendants de vente au détail de vêtements pour dames, 1975

- 63-605 Magasins indépendants de vente au détail de quincaillerie, 1976

Catalogue

- 63-606 Retail Shoe Stores, 1977
- 63-607 Retail Drug Stores, 1981
- 63-608 Retail Florists, 1979
- 63-609 Retail Jewellery Stores, 1981
- 63-610 Retail Hardware Stores, 1980
- 63-611 Women's Retail Clothing Stores, 1980
- 63-612 Retail Family Clothing Stores, 1980

M. - Monthly A.- Annual Bil.- Bilingual
O.- Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available free on request from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue

- 63-606 Magasins de vente au détail de chaussures, 1977
- 63-607 Pharmacies au détail, 1981
- 63-608 Magasins de fleuristes, vente au détail, 1979
- 63-609 Bijouteries au détail, 1981
- 63-610 Magasins de vente au détail de quincaillerie, 1980
- 63-611 Magasins de vente au détail de vêtements pour dames, 1980
- 63-612 Magasins de vente au détail de vêtements pour la famille, 1980

M. - Mensuel A.- Annuel Bil.- Bilingue
H.S. - Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et social du Canada. On peut se procurer gratuitement un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

SEP 25 1984

